

A. Analisis Data

Di bab pembahasan ini akan dijelaskan bagaimana Tabloid nyata sebagai bentuk ekspansi Horizontal Jawa Pos. Tabloid Nyata merupakan salah satu bukti adanya pengembangan bisnis media dari Jawa Pos. Pembahasan akan didasarkan pada teori ekonomi media yang menjadi landasan berpikir dalam penelitian ini. Penelitian ini akan melihat bagaimana media massa sebagai sebuah perusahaan yang dalam teori ekonomi bertujuan untuk mencari keuntungan dengan cara perkembangan media bisnis.

[illegible]

Lima tahun kemudian terbentuklah Jawa Pos News Network (JPNN),

Merujuk pada hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh

Ekspansi Media, merujuk dari kata *expansion* yaitu aktivitas memperbesar

[illegible]

Merger adalah penggabungan dari dua atau lebih perusahaan menjadi satu kesatuan yang terpadu. perusahaan yang dominan dibanding dengan perusahaan yang lain akan tetap mempertahankan identitasnya, sedangkan yang lemah akan mengaburkan identitas yang dimilikinya. Jenis-jenis merger:

Perusahaan masih dalam satu industri tetapi beda level atau tingkat operasional. Contoh : restoran cepat saji menggabungkan diri dengan perusahaan peternakan ayam.

Perusahaan dalam satu industri tetapi beda level atau tingkat operasional.

Contoh : pabrik komputer gabung dengan pabrik komputer.

Tidak ada hubungan industri pada perusahaan yang diakuisisi. Bertujuan untuk meningkatkan profit perusahaan dari berbagai sumber atau unit bisnis. Contoh : perusahaan pengobatan alternatif bergabung dengan perusahaan operator telepon seluler nirkabel.

[illegible]

Aset utama sebuah majalah adalah judul atau merek. Konsumen dan bisnis majalah bekerja keras untuk menciptakan merek gambar ‘yang memastikan bahwa pembaca mereka terus membeli mereka setiap minggu atau setiap bulan’. Seringkali, kekuatan merek cukup untuk memastikan bahwa itu akan memiliki beberapa daya tarik untuk kelompok gaya hidup sama di banyak geografis (dan berbeda) pasar yang berbeda, bahkan jika beberapa adaptasi di tingkat lokal mungkin diperlukan.

Media cetak dapat diartikan sebagai sebuah media penyampai informasi

Sedangkan temuan peneliti lainnya Koran Jawa Pos memberikan informasi

[illegible]

Hal ini sesuai dengan temuan peneliti setiap tabloid mendesain covernya semenarik mungkin biar ada ketertarikan pelanggan untuk membeli tabloid itu, ciri khas dari tabloid ini adalah menunjukkan cover artis wanita yang umurnya sudah 25 keatas atau yang sudah mempunyai popularitas yang tinggi. Rubrikasi yang menarik yang mempunyai ikatan pembaca yang emosional. Dengan kreativitas inilah yang diharapkan mampu untuk menarik pasar.

Tabloid Nyata ini memang lebih diperuntukkan kepada wanita. Untuk itu, Tabloid Nyata ini memiliki target pasar yang berbeda dengan Induknya, yaitu

Jawa Pos yang memang merupakan koran reguler dan sajian yang diberikan pun jelas berbeda. Jawa Pos merupakan koran rutin yang menyediakan berita-berita terbaru, dengan beragam topik dan tema.

Sebagai suatu bisnis media, majalah juga mempunyai misi komersial, yaitu mencari laba, sehingga dapat memberikan balas jasa ekonomi (keuntungan) kepada pemilik modal, baik melalui penjualan surat kabarnya, maupun melalui jasa iklan.

Pada awalnya, sumber pendapatan utama majalah adalah hasil penjualan majalah itu sendiri. Sedangkan sumber lainnya adalah dukungan keuangan dari asosiasi atau perusahaan tertentu yang berkepentingan dengan terbitnya majalah tersebut. Baru belakangan majalah mengandalkan pemasukannya dari iklan, dan ini terkait dengan perannya dalam sistem pemasaran. Besarnya sirkulasi dan cakupan nasionalnya menjadikan majalah sebagai media yang baik untuk beriklan. Kini, majalah seringkali diterbitkan khusus untuk kelompok konsumen tertentu. Isi editorial dan iklan-iklannya sengaja disesuaikan terhadapnya.

Karena majalah dapat menciptakan pasar sendiri untuk suatu produk, maka hubungan antara majalah lebih diarahkan untuk kepentingan khlayak tersebut, karena para penerbitnya tidak mau berisiko dengan isi yang belum tentu diterima. Karenannya, majalah sengaja menyediakan diri untuk melayani khalayak itu saja.

Kebanyakan sih dari iklan prodak gitu-gitu kebanyakan dari iklan prodak wanita. Tabloid nyata mendapatkan keuntungan dari jasa iklan dan yang paling iklan prodak-prodak wanita seperti contohnya kosmetik, alat mandi juga. Penjelas Pak Ahmad Abidin ini memaparkan bagaimana Tabloid Nyata mendapatkan keuntungan.

Prospek dan tantangan bisnis media ke depan adalah perkembangan teknologi komunikasi dan informasi (*information dan communication Technology, ICT*) yang cukup pesat menunjukkan makin besarnya kapasitas infrastruktur komunikasi, sehingga ini akan memperbesar kapasitas industri media. Peningkatan kapasitas infrastruktur komunikasi ini, juga diikuti oleh peningkatan jumlah penggunaannya hampir di seluruh dunia, hal ini secara umum, mengindikasikan, makin besarnya prospek usaha media.

Prospek usaha media tentu dapat diperkirakan besarnya peluang usaha untuk bisnis ini, sehingga diharapkan ke depan akan makin banyak bertumbuh usaha media di Indonesia. Seperti disinggung sebelumnya, perkembangan bisnis media tidak hanya akan meramaikan kehidupan berbangsa dan bernegara, tetapi juga dapat memberikan kontribusi pada pencerdasan, dan kedamaian kehidupan berbangsa dan bernegara, menyuburkan demokrasi, serta memperteguh kesatuan dan persatuan bangsa.

Dari temuan peneliti hasil wawancara bahwa pihak Jawa Pos Grup memiliki alasan tersendiri mengapa setiap anak perusahaan yang didirikan menggunakan modal yang tidak besar. Grup Jawa Pos sebagai induk perusahaan bisa saja memberikan modal yang besar sebagaimana diterapkan perusahaan besar lain dalam mendirikan anak perusahaan. Perusahaan akan mau mengeluarkan berapapun modal yang dibutuhkan asal perhitungan bisnisnya jelas. Dengan demikian, terbitlah Tabloid Nyata sebagai salah satu bentuk ekspansi horizontal dari Jawa Pos.

Fakta menunjukkan bahwa media telah tumbuh bukan saja sebagai alat sosial, politik dan budaya tapi juga sebagai perusahaan yang menekankan keuntungan ekonomi. Institusi media harus dinilai sebagai dari sitem ekonomi yang juga bertalian erat dengan sistem politik. Inilah yang dimaksudkan bahwa media mempunyai karakter ganda yang tak terpisahkan yakni karakter sosial-budaya-politik dan karakter ekonomi. Faktor ekonomi telah menjadi faktor penentu dalam mempengaruhi seluruh prilaku media massa modern.

[illegible]

Ekonomi media, sebenarnya bukanlah jargon baru yang berkembang di masyarakat. Aktivitas ekonomi media sudah berkembang cukup lama, seperti adanya surat kabar, majalah, radio dan televisi, bahkan media online, yang sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari saat ini. Sebagaimana aktivitas ekonomi lainnya, seperti ekonomi pertanian, ekonomi industri, atau ekonomi keuangan, dan sebagainya. Ekonomi media berkaitan dengan cara atau usaha manusia dalam memenuhi keperluan hidupnya (kebutuhan atau *needs*, dan keinginan atau *wants*) melalui bisnis atau industri media.

Ekonomi media mempelajari bagaimana industri media memanfaatkan sumber daya yang terbatas untuk memproduksi konten dan mendistribusikannya kepada khalayak dengan tujuan memenuhi beragam permintaan dan kebutuhan akan informasi dan hiburan. Media menjadi alat iklan utama dan karenanya menjadi penghubung dan konsumsi, antara produsen barang dan jasa dengan masyarakat. Ekonomi media berkaitan dengan cara atau usaha manusia dalam memenuhi keperluan hidupnya (kebutuhan atau *needs*, dan keinginan atau *wants*) melalui bisnis atau industri media.

Hal tersebut sesuai dengan hasil temuan wawancara dengan Bapak Ahmad Tabloid Nyata adalah tabloid wanita jadi tabloid nyata memfokuskan kebutuhan perempuan. Konsumen media cetak ini pun bukannya hanya dari kalangan ekonomi menengah keatas saja, tapi kalangan ekonomi menengah ke bawah juga sudah bisa menikmati informasi media cetak tersebut. Harga terjangkau oleh semua kalangan mampu buat membeli dan menikmati informasi diberikan oleh media tersebut.

Dalam hal bisnis media, yang diproduksi adalah informasi yang dikemas dalam bentuk berita (*news*), hiburan (*entertainment*), serta pendidikan dan ilmu pengetahuan (*education*). Tujuan dari bisnis adalah menghasilkan laba. Oleh karena itu, bisnis yang layak adalah bisnis yang dapat mencapai tujuannya, yaitu mendapat laba. Pendapatan dari usaha media pada umumnya adalah dari iklan, walaupun untuk media cetak, ada sebagian kecil pendapatan berasal dari penjualan produk media tersebut, seperti surat kabar dan majalah.

Dari temuan peneliti ini juga sesuai dengan teori bahwa pihak Jawa Pos Grup memiliki alasan tersendiri mengapa setiap anak perusahaan yang didirikan

Iklan pada media cetak adalah bentuk iklan tertua melalui media. Pemasang media iklan cetak bertujuan untuk dapat mencapai jumlah pembaca media cetak yang cukup besar. Sampai saat ini iklan melalui media cetak di Indonesia, masih memegang peranan cukup penting dalam bisnis iklan, walaupun di beberapa negara maju, porsi iklan untuk media cetak ini mulai berkurang, beralih ke media elektronik, terutama televisi. Bahkan untuk negara maju di mana pengguna media interaktifnya (online media), sudah memasyarakatkan dengan baik, iklan sudah banyak beralih melalui media online ini.

Dengan adanya laba, baik dari hasil iklan maupun dari hasil penjualan, Tabloid Nyata sekarang sudah dapat menghidupi kecukupan rumah tangganya. Kemandirian inilah yang membuat Tabloid Nyata dapat berdiri sendiri tidak bergantung Jawa Pos.

Dalam Ekspansi Horizontal umum, ekspansi pangsa pasar perusahaan, baik melalui pertumbuhan internal atau dengan perolehan dari perusahaan lain dengan produk serupa dapat termotivasi oleh keinginan memaksimalkan keuntungan perusahaan untuk kekuatan pasar yang lebih besar (misalnya: kemampuan untuk melakukan kontrol yang sama atas harga) atau dengan keuntungan efisiensi. Dampak bersih dari ekspansi pada kinerja pasar dan akhirnya, pada kesejahteraan masyarakat umumnya tergantung pada menjualkan antara ada dua hasil yang mungkin. Sementara pencapaian keuntungan efisiensi (penggunaan peningkatan sumber daya) dapat dilihat sebagai melayani kepentingan publik, akumulasi kekuatan pasar dapat menyebabkan perilaku dan praktek yang berjalan bertentangan dengan kepentingan umum.

Hubungan antara ukuran dan efisiensi perusahaan tergantung pada ketersediaan skala ekonomi pada apakah biaya marjinal yang kurang dari biaya rata-rata mengembang output. Skala ekonomi, yang sering disebut sebagai motif yang paling penting untuk merger horisontal akuisisi, adalah intensif umum khususnya untuk ekspansi oleh perusahaan media.

Biaya yang berkaitan dengan pemberian layanan yang diberikan cenderung sama, terlepas dari ukuran penonton dan begitu atas, skala ekonomi timbul sebagai khalayak yang lebih besar ditranslasikan ke dalam pendapatan lebih. Skala ekonomi yang hadir di hampir semua sektor media, dari majalah penerbitan untuk siaran radio untuk penerbitan musik. Akibatnya, ekspansi horizontal merupakan strategi menguntungkan bagi sebagian besar perusahaan media. Dalam penerbitan surat kabar, misalnya biaya marjinal yang terlibat dalam menjual satu

Beberapa proses integrasi media yaitu gelombang merger dan akuisisi yang terjadi di antara raksasa media global. Hal ini memperlihatkan munculnya susunan pasar pasar media global. Susunan utamanya adalah media besar yang berintegrasikan secara horizontal. Di Indonesia juga terjadi sejumlah integrasi yang dilakukan oleh perusahaan media massa besar.

Penerbitan majalah ini mirip dalam banyak cara untuk penerbitan surat kabar. Seperti dengan koran, pendapatan yang diperoleh dari iklan dan penjualan. Iklan adalah jauh lebih penting dari dua sumber pendapatan ini untuk 'bisnis' (atau profesional), majalah, sebagai lawan dari 'konsumen judul'. Majalah konsumen (mereka yang peduli dengan olahraga, gaya hidup, dll), di sisi lain, berasal sebagian dari pendapatan mereka dari penjualan penutup. Majalah dihadapkan oleh biaya mirip dengan koran editorial, penjualan iklan, kertas, percetakan, distribusi, dll dan meskipun media cetak berjalan cenderung sangat ditandai dengan skala ekonomi.

Majalah modern muncul sebagai medium massa terutama karena peranannya sebagai penghubung sistem pemasaran. Seperti halnya koran, selama bertahun-tahun majalah mampu merangkum aneka selera dan kepentingan yang luas. Namun tidak seperti media lainnya, sebagian besar majalah yang ada terfokus pada khalayak homogen tertentu atau kelompok-kelompok yang kepentingannya sama. Dengan berfokus pada selera atau bidang tertentu, majalah bisa meraih khalayak dari berbagai kelas sosial, tingkat pendapatan atau pendidikan di seluruh penjuru negara.

Pada awalnya, sumber pendapatan utama majalah adalah hasil penjualan majalah itu sendiri. Sumber lainnya adalah dukungan keuangan dari asosiasi atau perusahaan tertentu yang berkepentingan dengan terbitnya majalah tersebut. Baru belakangan majalah mengandalkan pemasukannya dari iklan, dan ini terkait dengan perannya dalam sistem pemasaran. Besarnya sirkulasi dan cakupan nasionalnya menjadikan majalah sebagai media yang baik untuk beriklan. Kini, majalah seringkali diterbitkan khusus untuk kelompok konsumen tertentu. Isi editorial dan iklan-iklannya sengaja disesuaikan terhadapnya.

Karena majalah dapat menciptakan pasar sendiri untuk suatu produk, maka hubungan antara majalah lebih diarahkan untuk kepentingan khalayak tersebut, karena para penerbitnya tidak mau berisiko dengan isi yang belum tentu diterima. Karenanya, majalah sengaja menyediakan diri untuk melayani khalayak itu saja.

Majalah khusus adalah yang dikembangkan untuk bidang-bidang tertentu, misalnya berita untuk industri tertentu, penggemar olahraga tertentu,

penggemar seni atau partisipan kegiatan tertentu. Biasanya surat kabar khusus ini terbitnya tidak setiap hari, tetapi berkala, apakah mingguan, dwimingguan, dan lainnya.

Seperti yang disampaikan oleh Bu Arie beda pemasarannya kalau tabloid mingguan lah kalau koran setiap hari segmen pasarnya beda, segmen pelanggannya juga beda. Majalah itu lebih menarik dari koran karena desain majalah lebih berwarna dan isinya lebih ringan.

Masyarakat di jatim lebih memilih tabloid nyata sebagai minat pembaca unggulan karena dalam pemilihan berita tabloid ini mencari berita yang ter update menarik juga untuk dibaca supaya peminat pembeli tertarik dengan tabloid nyata. Selain itu, Tabloid Nyata juga mengedepankan kualitas, baik dari sisi kertas maupun percetakannya.