BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Sejarah Perusahaan Majalah Destinasia Bandung

destinasia magz adalah majalah pariwisata nasional yang berdiri sejak tahun 2009, yang berdomisili di Bandung serta berada di bawah payung hukum PT. Megatama PE. Fokus dari *destinasia magz* berisikan tentang *tourism & lifestyle* dengan tag line *'Simple & Significant".*

Pada saat ini, majalah *destinasia magz* beredar dengan tiras 5.000 eksemplar, tebal 36 halaman. Sampul dan semua isi halamannya berwarna, walaupun tanpa promosi atau iklan raksasa, *destinasia magz* tetap laku dan tetap terbit setiap bulan.

Sirkulasi *destinasia magz* menjangkau 12 kota besar yaitu Jakarta, Bogor, Bandung, Cirebon, Batam, Bangka, Samarinda, Nangroe Aceh Darusalam, Denpasar-Bali, semarang, Solo, Surabaya dan 35 Instansi Kepariwisataan (Kementrian dan Dinas) di Indonesia.

destinasia magz merupakan salah satu solusi yang dapat digunakan dalam memberikan informasi mengenai dunia pariwisata kepada khalayak umum. Sehingga dalam peredarannya pun destinasia magz masih bisa tetap ada di antara banyaknya media-media cetak yang lain.

Dalam era kompetisi, era komunikasi, era perang citra atau lebih dikenal dengan era globalisasi, luberan informasi menjadi suatu hal yang tidak dapat dibendung lagi. Setiap media massa, baik cetak maupun elektronik berlomba-

lomba menyajikan informasi, baik yang besifat hanya sekedar informasi, mendidik, mempersuasi atau bahkan menyenangkan, memuaskan dan menghibur masyarakat luas.

Mengacu pada sasaran khalayaknya yang spesifik, maka fungsi utama media berbeda satu dengan yang lainnya. Majalah mempunyai segmentasi khusus misalnya majalah berita mingguan, majalah wanita, majalah remaja, majalah pria, majalah kesehatan, majalah pariwisata, dan sebagainya.

Tipe suatu majalah ditentukan oleh sasaran khalayak yang dituju. Artinya, sejak awal redaksi sudah menentukan siapa yang akan menjadi pembacanya, apakah anak-anak, remaja, wanita dewasa, pria dewasa atau untuk pembaca umum dari remaja sampai dewasa. Bisa juga sasaran pembacanya kalangan profesi tertentu, seperti pelaku bisnis; atau pembaca dengan hobi tertentu, seperti bertani, beternak, memasak atau *travelling*.

Situasi persaingan antar media yang semakin ketat di Indonesia, majalah saat ini dapat dikatakan bisa bertahan dan mampu ikut bersaing dengan media lainnya, padahal majalah lebih mengkhususkan sasaran khalayaknya, tetapi peminatnya masih terus ada karena salah satu kekuatan yang dimiliki oleh majalah, yaitu segmentasi yang spesifik untuk pembaca yang telah di rancang sejak awal sasaran khalayak seperti apa yang akan dituju.

Majalah merupakan media yang paling simple organisasinya, relatif lebih mudah mengelolanya, serta tidak membutuhkan modal yang banyak. Majalah juga dapat diterbitkan oleh setiap kelompok masyarakat, di mana mereka dapat dengan leluasa dan luwes menentukan bentuk, jenis, dan sasaran khalayaknya. Meskipun

sama-sama sebagai media cetak, majalah tetap dapat dibedakan dengan surat kabar karena majalah memiliki karakteristik sendiri.

Masalah yang timbul adalah dimana seorang konsumen atau pembaca dihadapkan kepada banyaknya pilihan majalah dengan berbagai macam spesifikasi dengan berbagai macam artikel dengan subjek yang bervariasi, yang ditujukan kepada masyarakat umum. Pembaca harus bisa memilih majalah mana yang dianggap dapat memenuhi kebutuhannya, serta majalah yang dapat memberikan nilai tambah bagi si pembaca. Salah satu cara untuk menyiasatinya yaitu dengan cara menciptakan majalah yang mempunyai nilai lebih dan pembacanya tertarik untuk membaca karena spesifikasi dari majalah tersebut.

Majalah *destinasia magz* adalah salah satu majalah yang berbasis pariwisata dengan tag linenya *"simple & significant"* yang memiliki jumlah pembaca yang cukup besar di kota Bandung walaupun baru berdiri sejak tahun 2009 dengan sasaran khalayaknya yaitu seluruh masyarakat umum.

destinasia magz yang fokus kepada artikel tentang *tourism & lifestyle*, yaitu berisi artikel tentang hotel, resort, bungalow, café, *lounge*, biro perjalanan wisata, sentra seni budaya, lembaga pendidikan, kuliner, *fesyen*, termasuk lembaga pemerintah/swasta di dalam/luar negeri, kantor dinas provinsi/kabupaten/kota di seluruh Nusantara, khususnya se-Provinsi Jawa Barat. Strategi distribusi *destinasia magz* sangat memungkinkan promo wisata lokal berorientasi global. Sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pembaca serta menciptakan dan menyuguhkan ide-ide baru yang belum tentu ada di majalah pariwisata lain.

Sangat disadari bahwa majalah yang berisi bermacam-macam artikel dengan subjek yang bervariasi dan ditulis dengan gaya bahasa yang mudah dimengerti oleh banyak orang akan sangat berpengaruh terhadap animo pembaca. Dengan begitu diharapkan pembaca dapat terpuaskan dengan berbagai informasi yang didapatkan sehingga bisa memuaskan kebutuhan dan keinginan pembaca sekaligus meningkatkan promo wisata hingga berorientasi global

1.2. Visi dan Misi Destinasia Magz

1.2.1 Visi Destinasia Magz

Majalah *destinasia magz* mempunyai visi yang harus diwujudkan sebagai berikut :

Menjadikan *destinasia magz* sebagai panduan destinasi dan referensi bagi penggiat pariwisata dan *lifestyle*.

1.2.2 Misi Destinasia Magz

Adapun misi dari *destinasia magz* yang harus dilaksanakan adalah:

Meningkatkan potensi wisata daerah dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya wisata bagi pencerahaan dan semangat kerja individu.

1.3 Profil Destinasia Magz

1.3.1 Profil Destinasia Magz

destinasia magz adalah majalah pariwisata nasional yang berdiri sejak tahun 2009, yang berdomisili di Bandung serta berada di bawah payung hukum PT. Megatama PE, fokus pada *Travelling* yang berisikan tentang tourism & lifestyle dengan prinsip jurnalisme *Simple & Significant*, dimana prinsip tersebut menjadi tag line *destinasia magz.*

Sirkulasi destinasia magz menjangkau 12 kota besar yaitu Jakarta, Bogor, Bandung, Cirebon, Batam, Bangka, Samarinda, Nangroe Aceh Darusalam, Denpasar-Bali, semarang, Solo, Surabaya dan 35 Instansi Kepariwisataan (Kementrian dan Dinas) di Indonesia.

destinasia magz merupakan majalah pariwisata yang terbit setiap bulan. Dimana sasaran pasarnya adalah Hotel, Resort, Bungalow, *Lounge*, biro perjalanan wisata, sentra seni budaya, lembaga pendidikan, kuliner, *fesyen*, termasuk lembaga pemerintah/swasta baik di dalam/luar negeri, kantor dinas provinsi/kabupaten/kota di seluruh Nusantara, khususnya se-Provinsi Jawa Barat. Strategi distribusi ***dtm*** (nama singkatan dari *destinasia magz*) sangat memungkinkan promo wisata lokal berorientasi global.

Tiras *destinasia magz* saat ini 5.000 eksemplar. Segmentasi pembaca mayoritas adalah kalangan industri, pengelola jasa sektor pariwisata seperti hotel/resort/bungalow, restoran/ café, wahana hiburan/ permainan (30%), jasa perjalanan (5%), pemerintah (5%), jasa dan perdagangan (20%), masyarakat umum (20%), pelajar/mahasiswa (20%). Dari segi usia,

mayoritas (50%) pembaca *destinasia magz* berusia 31-45 tahun, masing-masing (30%) usia 21-30 dan diatas 45 tahun, serta sisanya (20%) di bawah 20 tahun.

Dari total tiras 5 ribu eksemplar, 100% disebarkan secara gratis kepada semua kalangan terkait. Distribusi *destinasia magz* saat ini sebagian besar (20%) di kota Bandung, Jakarta (10%), Bogor (5%), Semarang (5%), Yogyakarta (5%), Surabaya (5%), Batam (5%), Bali (10%), Samarinda (5%) dan Aceh (5%), serta 15% pada berbagai kegiatan media.

1.3.2 Fungsi Destinasia Magz

destinasia magz sebagai salah satu media cetak memiliki beberapa fungsi yaitu:

- Pengawasan lingkungan. Fungsi pertama majalah ini adalah sebagai pengawas lingkungan yang berhubungan dengannya, yaitu para penggiat pariwisata. Fungsi ini memungkinkan *destinasia magz* mengarahkan para pembacanya untuk menjadikan kualitas hidup lebih baik.
- Pertalian (Korelasi) bagian-bagian masyarakat dalam memberikan respon terhadap lingkungannya. Fungsi ini mempunyai tujuan untuk menjelaskan, menafsirkan dan memberikan komentar tentang makna dan peristiwa yang terjadi disekitar lingkungan kepariwisataan.

- Kesinambungan. Fungsi kesinambungan yang dimaksud dalam hal ini adalah majalah *destinasia magz*, memaparkan mengenai budaya dominan yang mengakui keberadaan budaya khusus *(subculture),* yaitu budaya pembacanya. Media massa juga berusaha meningkatkan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat dan berperan sebagai wahana pengembangan kebudayaan, dalam pengertian tata cara, mode, gaya hidup dan norma-norma yang berlaku dalam masyarakat tertentu.
- Hiburan. Fungsi yang terakhir ini membuat *destinasia magz* memberikan hiburan, sebagai relaksasi pembacanya mengenai artikel yang bervariasi.

1.4 Gambar dan Arti Lambang Majalah Destinasia Magz

1.4.1 Lambang Destinasia Magz

Setiap media cetak, baik majalah ataupun surat kabar senantiasa dilengkapi dengan lambang. Lambang mempunyai arti penting karena lambang merupakan identitas bagi setiap perusahaan/media massa (cetak/elektronik). Lambang *destinasia magz* dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 1.1

Lambang Destinasia Magz



Sumber: Arsip Logo Destinasia Magz, September 2013

1.4.2 Arti Lambang dan Warna Destinasia Magz

Lambang Kujang pada huruf (d) sebagai awalan dari nama *destinasia magz* telah digunakan sejak 2009, dan satuannya adalah:

A. Gambar lambang *destinasia magz* tercantum pada latar belakang putih dengan lengkungan pada huruf awalan *destinasia magz* yaitu (d) berbentuk Kujang, Tulisan Branding, dan Motto Perusahaan yang terdiri dari :

a. Latar belakang logo berwarna putih.
b. Sketsa Kujang pada huruf awalan *destinasia magz* yang berwarna hijau.
c. Tulisan branding *destinasia magz* berwarna jingga atau biasa disebut *orange.*
d. Motto perusahaan *(simple & significant)* berwarna hijau.

B. Gambar atau Lambang diartikan sebagai berikut:

a. Sketsa Kujang pada huruf awal *destinasia magz* melambangkan bahwa perlunya kita menjaga serta mempromosikan kearifan lokal budaya kita, khusus destinasia magz sendiri yaitu menjaga serta mempromosikan wisata maupun budaya kearifan lokal Jawa Barat dengan orientasi global.
b. *destinasia magz*: Penegasan branding majalah.
c. Motto *destinasia magz*: *Simple & Significant*, melambangkan

Majalah *destinasia magz*, menjunjung tinggi prinsip jurnalisme yang menjadi motto dari *destinasia magz*.

C. Warna lambang diartikan sebagai berikut:

a. Latar belakang Warna Putih melambangkan kebebasan dan keterbukaan dalam memberikan informasi dalam lingkup dunia jurnalisme di Indonesia.

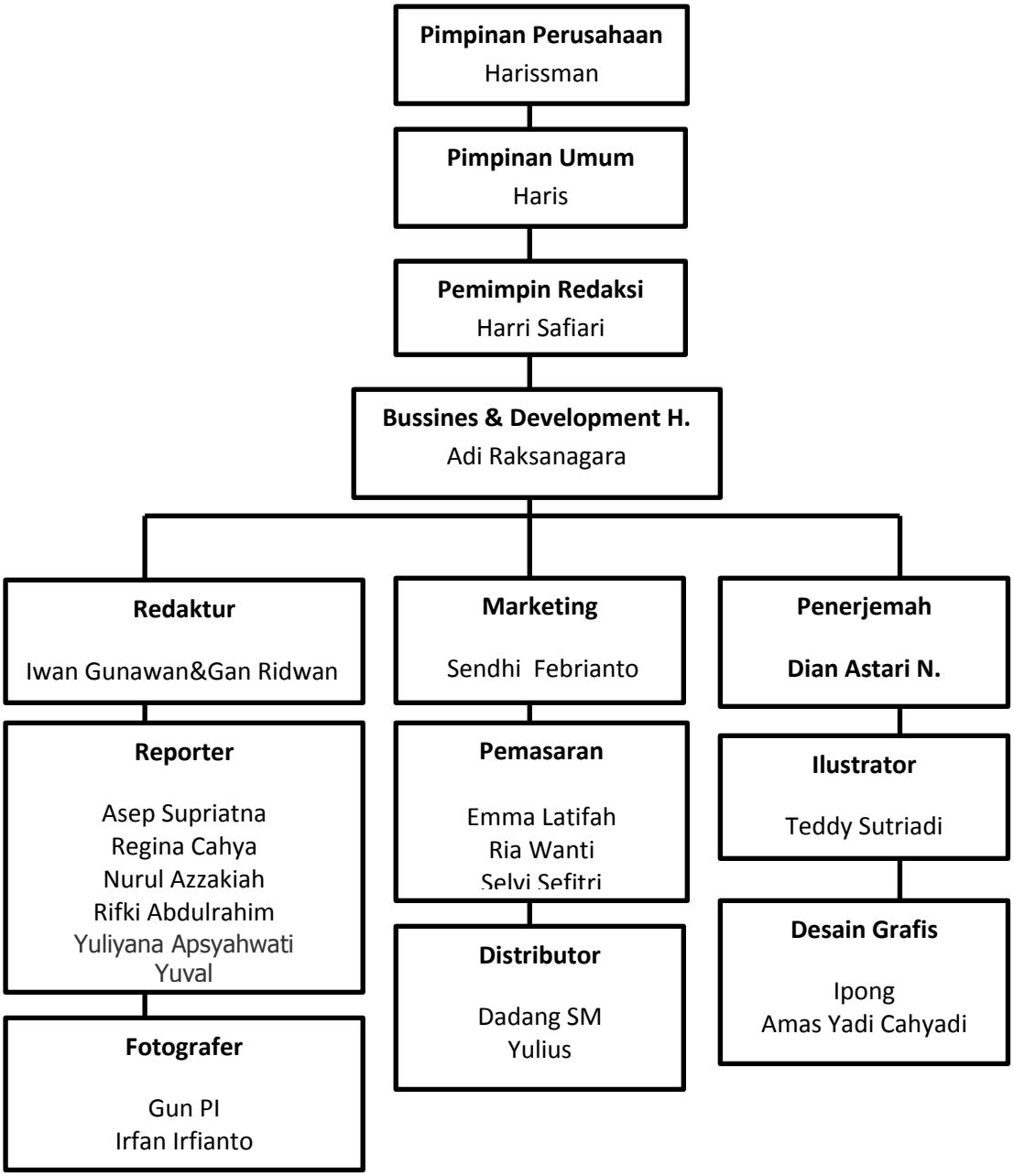
b. Warna Jingga atau Orange pada branding majalah adalah warna yang unik. Istilahnya *"it makes you immediately start having feeling,".* Jingga atau orange diidentikkan dengan semangat, cerah, dan membangkitkan semangat, fresh and natural. jingga adalah sebuah simbol kebahagiaan yang mewakili antusiasme, dan kreativitas.

d. Warna Hijau selalu dikaitkan dengan *warna alam* yang menyegarkan karena membangkitkan energi dan juga mampu memberi efek menenangkan, menyejukkan dan menyeimbangkan emosi. Hal ini sangat terkait dengan Sketsa Kujang pada huruf awal *destinasia magz* melambangkan bahwa perlunya kita menjaga serta mempromosikan kearifan lokal budaya kita, khusus destinasia magz sendiri yaitu menjaga serta mempromosikan wisata maupun budaya kearifan lokal Jawa Barat dengan orientasi global.

1.5 Struktur Organisasi Destinasia Magz

Gambar 1.2

Struktur Organisasi Destinasia Magz



Sumber: Arsip Struktur Organisasi destinasia magz, September 2013

1.6 Job Description

Dalam tataran praktisnya, masing-masing bagian memiliki Job Description yang berbeda-beda, yaitu sebagai berikut:

A. Pimpinan Perusahaan

Mempunyai tugas pokok memimpin, mengendalikan dan mengkoordinasikan kegiatan Majalah *destinasia magz* sesuai dengan visi dan misi Majalah tersebut.

B. Pimpinan Umum

Mempunyai tugas membantu tugas pokok dari pemimpin perusahaan. Serta mempunyai tanggung jawab menyusun rencana kerja , baik jangka pendek, jangka menengah, maupun jangka panjang. Selain itu mengarahkan dan mengelola pengembangan dan penerapan majalah serta bertanggung jawab atas keseluruhan jalannya penerbitan pers, baik ke dalam maupun ke luar.

C. Pemimpin Redaksi

Bertanggung jawab terhadap mekanisme dan aktivitas kerja keredaksian sehari-hari. Ia harus mengawasi isi seluruh rubrik media massa yang dipimpinnya. Di majalah mana pun, Pemimpin Redaksi menetapkan kebijakan dan mengawasi seluruh kegiatan redaksional. Ia bertindak sebagai jenderal atau komandan yang perintah atau kebijakannya harus dipatuhi bawahannya. Kewenangan itu dimiliki karena ia harus bertanggung jawab

jika pemberitaan medianya digugat pihak lain.

D. Bussines & Development

Bertugas menyebarluaskan media massa, yakni melakukan pemasaran (marketing) atau penjualan (saling) media massa. Bagian ini merupakan sisi komersial meliputi sirkulasi/distribusi, iklan, dan promosi.

E. Redaktur

Tanggung jawabnya hampir sama dengan Pemred/Wapemred, namun lebih bersifat teknis. Dialah yang memimpin langsung aktivitas peliputan dan pembuatan berita oleh para reporter.

F. Marketing

Marketing bertanggung jawab dalam mencari iklan, menawarkan majalah kepada sasaran pasar, dan secara keseluruhan membantu tugas dari bidang *Bussines & Development.*

G. Reporter

Merupakan "prajurit" di bagian redaksi. Mencari berita lalu membuat atau menyusunnya, merupakan tugas pokoknya.

H. Fotografer

Fotografer (wartawan foto atau jurupotret) tugasnya mengambil gambar

peristiwa atau objek tertentu yang bernilai berita atau untuk melengkapi tulisan berita yang dibuat wartawan tulis. Ia merupakan mitra kerja yang setaraf dengan wartawan tulis (reporter).

I. Pemasaran

Pemasaran memiliki pekerjaan yang tidak jauh berbeda dengan bagian marketing. Pemasaran pun merupakan bagian dari bidang Bussines & Development. Biasanya di bagian pemasaran, mereka terjun langsung kepada sasaran pasar dari *destinasia magz* untuk melakukan promosi di majalah atau sekedar memasang iklan.

J.Distributor

Bertanggung jawab keluar dan ke dalam atas segala aktivitasnya sebagai divisi penunjang produktivitas bidang keredaksian dengan melakukan koordinasi dengan Pemimpin Redaksi.

K. Kontributor

Kontributor atau penyumbang naskah/tulisan secara struktural tidak tercantum dalam struktur organisasi redaksi. Ia terlibat di bagian redaksi secara fungsional.

L. Penerjemah

Memiliki fungsi dan peranan penting dalam menyampaikan informasi atau

pesan sehingga mudah dimengerti oleh masyarakat yang berbahasa lain seperti bahasa Inggris diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia yang baik dan benar.

M. Desain Grafis dan Ilustrator

- Merancang cover atau sampul depan.
- Mendesain *dummy* atau nomor contoh sebelum produk di cetak dan dijual.
- Mengatur peruntukan halaman untuk naskah.
- Menulis judul berita, anak judul, caption foto, nama penulis pada setiap naskah.
- Menulis nomor halaman, nama rubrik/desk, nomor volume terbit, hari terbit, dan tanggal terbit setiap edisi.

1.6.1 Rubrik Destinasia Magz

destinasia magz terus berusaha untuk mengetahui apa yang dibutuhkan pembacanya. Sebagai majalah pariwisata, *destinasia magz* tampil dengan gaya dan tulisan yang berbeda dengan bahasa yang nyentrik, gaul dan asik untuk di baca. Untuk itulah rubrikasi yang terdapat pada destinasia magz selalu mengalami perubahan ide dan tema untuk memenuhi keinginan para pembacanya. Berikut ini rubrikasi yang terdapat di destinasia magz:

1) **Agenda**

   Jadwal kereta Api & Jadwal penerbangan

2) **Veranda**

Artikel editorial atau tajuk rencana menyimak yang ada dimasyarakat

3) **DTM Letter**

Surat pembaca

4) **Photo Gallery**

Berupa foto-foto wisata

5) **Framing**

Rubrik yang mengisi segala macam artikel dan foto

6) **Travelling**

Kegiatan berlibur ke tempat wisata

7) **Living**

Artikel gaya hidup pengusaha

8) **Close to u**

Profil atau sosok bersifat *human interst*

9) **Expose**

Rubrik untuk acara besar, event yang akan terselenggara

10) **Shopping**

Bisnis dan berbelanja

11) **Common Interest**

Komunitas yang memberikan inspirasi

12) **Destinasia**

Rubrik tempat pariwisata

13) Lifestyle

Gaya hidup dan fashion

14) Healthy & Sporty

Rubrik untuk kesehatan

15) Special Event

Acara yang telah terselenggara

16) Sepoether Onthel

Artikel jadul

17) Campus to Campus

Rubrik untuk pelajar atau mahasiswa

1.7 Sarana dan Prasarana Destinasia Magz

Sarana *destinasia magz* adalah sebagai berikut :

A. Gedung perkantoran yang terdiri dari satu gedung.

Adapun sarana dan prasarana lain dari *destinasia magz* yang tersedia adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1

Sarana Destinasia Magz

No	Uraian	Keterangan
1	Komputer Kantor + Speaker	3
2	Televisi	1
3	Kursi + Meja Kantor	7
4	Printer	2

5	Faximile	1
6	Sofa Tamu	2
7	Dapur	1
8	*Green Screen*	1
9	Rak Kantor	4
10	Telepon Kantor	1

Sumber: Pengamatan selama PKL di destinasia magz, Agustus 2013

Tabel 1.2

Prasarana Destinasia Magz

No	Nama Fasilitas Kerja	Jumlah	Satuan	Penempatan
1	Komputer Program Windows XP (Komputer Tabung)	2	Unit	Operasional Redaksi
2	Laptop	1	Unit	Operasional Markom
3	Komputer Program Windows XP (Komputer Flat)	1	Unit	Operasional Pem. Perusahaan
4	Printer	1	Unit	Operasional Kantor
5	Faximile	1	Unit	Operasional Kantor
6	Telepon Kantor	1	Unit	Operasional Kantor

Sumber: Pengamatan selama PKL di destinasia magz, Agustus 2013

1.8 Lokasi dan Waktu Praktek Kerja Lapangan (PKL)

1.8.1 Lokasi Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL)

Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini dilaksanakan di *destinasia magz*, tepatnya di bagian Redaksional. Beralamat di Jl. Ambon No. 2 Bandung 40115, Jawa Barat - Indonesia. Telepon (022) 4208 408, Faximile (022) 4208 408, email: destinasiamagz@yahoo.com/aduaambon@yahoo.co.id

1.8.2 Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL)

Waktu pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini selama 30 hari, sesuai dengan waktu dan aturan yang ada di UNIKOM dan telah disepakati oleh *destinasia magz*, yang mana pelaksanaannya tanggal 15 Juli s/d 7 September 2013, dari Senin s/d Sabtu.