



STRATEGI KOMUNIKASI MAJALAH SUNDAY DALAM MENINGKATKAN PEMBACA MAJALAH DIGITAL DI KALANGAN PELAJAR SEKOLAH MENENGAH ATAS

Dionisius Aryandra Primantara¹, Ester Krisnawati², Amir Machmud³

¹²³Universitas Kristen Satya Wacana

1362017158@student.uksw.edu ; 2ester.krisnawati@uksw.edu ; 3amir.machmud@uksw.edu

Info Artikel :

Diterima : 8 Juli 2023

Disetujui : 18 Juli 2023

Dipublikasikan : 25 Agustus 2023

ABSTRAK

Kata Kunci :

Fungsi Strategi Komunikasi, Majalah Digital, Majalah Pelajar Sekolah Menengah Atas

Majalah Sunday merupakan majalah digital untuk pelajar SMA yang menyajikan informasi dengan mengangkat kreativitas, topik-topik cerdas dan pengemasan bergaya ringan. Beralihnya Majalah Sunday ke digital tidak menjamin bahwa setiap tema akan dibaca pelajar SMA, hanya tema-tema tertentu yang mendapat atensi lebih dari pembaca SMA. Ditambah penurunan pembaca yang dirasakan pasca renovasi *website* dan dimulainya pembelajaran tatap muka di sekolah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Majalah Sunday dalam meningkatkan pembaca majalah digital di kalangan pelajar Sekolah Menengah Atas. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif bersifat deskriptif. Pengumpulan data primer dilaksanakan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik sampling digunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan model Miles and Huberman. Hasil penelitian ini mengonfirmasi bahwa Majalah Sunday menerapkan strategi komunikasi dengan mengenal khalayak, menulis pesan yang menarik perhatian, menggunakan metode *redundancy*, *canalizing*, informatif, edukatif dan persuasif; pemilihan media yang selektif, dan evaluasi internal. Majalah Sunday juga memiliki konsep kolaborasi sebagai strategi komunikasi untuk bekerja sama dengan pihak diluar Majalah Sunday.

ABSTRACT

Keywords :

Communication Strategy Function, Digital Magazine, High School Student Magazine

Sunday Magazine is a digital magazine for high school students that provides information by highlighting creativity, smart topics, and light-style packaging. Sunday Magazine's switch to digital does not guarantee that every theme will be read by high school students, only certain themes will receive more attention from high school readers. In addition, the decline in readers felt after the renovation of the website and the start of face-to-face learning at schools. This study aims to determine the communication strategy of Sunday Magazine in increasing digital magazine readers among high school students. This research is descriptive qualitative research. Primary data collection is carried out through interviews, observation, and documentation. The sampling technique used purposive sampling. Data analysis techniques use the Miles and Huberman model. The results of this study confirm that Sunday Magazine implements a communication strategy by getting to know the audience, writing attention-grabbing messages, using redundancy, canalizing, informative, educative, and persuasive methods; selective media selection, and internal evaluation. Sunday Magazine also has a collaboration concept as a communication strategy to work with parties outside Sunday Magazine.

PENDAHULUAN

Media komunikasi massa dinilai semakin canggih dan kompleks seiring dengan perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi (TIK). Pesan akan tersebar cepat dan serempak dengan hadirnya media massa. Perkembangan TIK memberi dampak signifikan bagi

industri media, salah satunya media cetak. Media cetak dinilai menjadi media yang sangat terpuak dengan perubahan yang terjadi dalam perkembangan TIK. Oplahnya saja terus menurun di Indonesia sejak 2014 (Pers, 2016). Berbagai media cetak raksasa pun terpaksa gulung tikar seperti mingguan *Galamedia (Grup Pikiran Rakyat)*, mingguan *Koran Tempo (Koran Tempo Grup)*, harian *Sinar Harapan*, *Jakarta Globe*, *Koran Sindo*, *Republika*, *Suara Pembaruan*, *Indopos*, *Majalah Hai*, *Top Skor* dan *Tabloid Bola*.

Sebanyak 132,7 juta penduduk Indonesia usia 25-34 tahun dan 10-24 tahun merupakan pengguna internet terbanyak (Yusuf, 2012). Hadirnya internet sebagai media baru dinilai sangat mempengaruhi keberlangsungan media, terlihat dengan adanya peralihan pembaca dari cetak menuju digital. Dalam jurnal *Implikasi Teknologi Digital dan Internet*, terdapat empat ancaman yang dapat menimpa media massa cetak di masa yang serba digital yaitu (Supadiyanto, 2013) :

1. Hadirnya media *online* secara langsung atau tidak langsung dapat membuat pembaca media cetak beralih pada media *online*
2. Perubahan perilaku generasi muda saat ini yang lebih memilih teknologi digital dibandingkan dengan konvensional
3. Migrasi pengiklan media cetak ke media *online*.

Salah satu bentuk media cetak yakni majalah, memerlukan inovasi terhadap strategi bisnis mereka agar dapat bertahan. Peralihan pembaca membuat perusahaan majalah mengubah format majalah yang sebelumnya berupa analog (konvensional) menjadi digital yang mudah diproduksi, dapat diproduksi kembali, didistribusikan dan dikonsumsi dengan cepat oleh khalayak. Majalah Sunday merupakan majalah digital dengan segmentasi remaja, khususnya pelajar SMA. Berdiri tahun 2013, Sunday lahir sebagai sebuah majalah digital dalam rangka menjawab tantangan perubahan pola konsumsi media dan trend penggunaan media di kalangan remaja saat ini.

Majalah Sunday menyajikan informasi untuk pelajar SMA dengan mengangkat kreativitas, topik-topik cerdas dan pengemasan dengan gaya ringan. Majalah digital Sunday memiliki lima rubrik utama yakni inbox, magangers, kelas, eskur dan mading. Memiliki misi yang unik, Sunday memperkenalkan sebuah media baru berkonsep “no celebrity, no gossip”, dimana tim Sunday percaya bahwa majalah kaum muda bisa tetap asyik tanpa harus ada gosip dan pemberitaan selebriti di dalamnya. Di saat tidak banyak majalah pelajar SMA dan minat baca remaja yang rendah (Rossa, 2018), Sunday justru bertahan dan berupaya mengajak remaja untuk mengkonsumsi media yang lebih positif dengan *platform* digital.

Beralihnya Sunday ke digital tidak menjamin bahwa setiap konten atau tema Sunday akan dibaca pelajar SMA. Sunday menemukan bahwa hanya tema-tema tertentu yang mendapat atensi lebih dari para pembaca SMA, seperti tema edukasi seksual, *Valentine* ataupun *Halloween*. Selain itu, setelah masa *new normal* dan sekolah sudah menerapkan pembelajaran tatap muka, penurunan pembaca jelas dirasakan Majalah Sunday.

Dikonfirmasi oleh pemimpin redaksi Majalah Sunday, Olivia Elena Hakim, *traffic* jumlah pembaca Majalah Sunday via *similarweb.com* mengalami penurunan mulai November 2022 dengan 72.000 kunjungan dan Desember 2022 dengan 69.000 kunjungan. Majalah Sunday juga sempat melakukan renovasi *website* yang mengharuskan *website* berhenti beroperasi selama satu minggu, sehingga membuat jumlah kunjungan pembaca otomatis menurun. Dilihat via *Google Analytics* pergolakannya diantara 30.000 dan 20.000, jadi bisa diambil tengahnya yaitu 25.000 pembaca di setiap bulannya setelah renovasi.

Jiwa Sunday adalah pembacanya sendiri. Penurunan pembaca pelajar merupakan masalah penting bagi Sunday, karena Majalah Sunday hadir untuk pelajar dan berupaya menjaga eksistensi dengan bertahan sebagai majalah pelajar di masa digital. Oleh karena itu, Sunday membutuhkan strategi tersendiri untuk menjaga eksistensinya, terutama dalam

meningkatkan pembaca majalah digitalnya di kalangan pelajar SMA.

Penelitian-penelitian mengenai strategi komunikasi suatu organisasi media atau komunitas untuk mempertahankan eksistensinya telah banyak dilakukan, dengan fokus penelitian yang beragam. Penelitian Dyah Desi Fitriani dari Universitas Kristen Satya Wacana memfokuskan penelitian pada strategi komunikasi internal dan eksternal *Majalah Panjebur Semangat* dalam menghadapi era digital. Hasilnya menunjukkan *Majalah Panjebur Semangat* menerapkan komunikasi organisasi internal yang sangat dekat, menghormati dan komunikasi timbal balik antara pimpinan dan bawahan, serta menerapkan komunikasi organisasi eksternal yang saling menghormati dengan pihak luar seperti iklan dan penulis dari luar (Fitriani, 2020).

Demikian pula penelitian Azis Novtitan Lubis dari Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah yang berfokus pada strategi komunikasi *Public Relations Majalah Laiqa* dalam meningkatkan oplah terjual. Hasilnya, dalam upaya meningkatkan oplah *Laiqa* yang terjual pada setiap edisi, *Public Relations* melakukan pengenalan situasi lingkungan internal dan eksternal organisasi, penetapan tujuan bersama, pendefinisian khalayak yang menjadi target pasar *Majalah Laiqa*, pemilihan media dan penetapan teknik *Public Relations* (Lubis, 2016).

Penelitian “Strategi Komunikasi Majalah Sunday Dalam Meningkatkan Pembaca Majalah Digital Di Kalangan Pelajar Sekolah Menengah Atas” berfokus pada majalah digital dan jurnalistik daring dengan melihat variabel yang terdapat pada strategi komunikasi Anwar Arifin. Pertanyaan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana strategi komunikasi Majalah Sunday dalam meningkatkan pembaca majalah digital di kalangan pelajar sekolah menengah atas?”. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menjelaskan strategi komunikasi Majalah Sunday dalam meningkatkan pembaca majalah digital di kalangan pelajar sekolah menengah atas.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih dalam Ilmu Komunikasi khususnya tentang strategi komunikasi dalam sebuah organisasi media massa di era digital dan menjadi referensi bagi Majalah Sunday serta majalah lainnya untuk menghadapi persaingan media massa di era digital. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Objek penelitiannya adalah Majalah Sunday.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Segala fakta yang terjadi di lapangan dapat digambarkan secara sistematis dan mendetail lewat penelitian deskriptif ini. Penelitian deskriptif juga digunakan meneliti kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi ataupun suatu peristiwa di masa sekarang. Tujuan utama penelitian deskriptif adalah membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diteliti (Nazir, 2009). Pendekatan kualitatif jenis deskriptif ini dipilih karena peneliti menghimpun fakta-fakta pada penelitian strategi komunikasi yang dilakukan Majalah Sunday dalam meningkatkan pembaca majalah digital di kalangan pelajar SMA. Atwar Bajari mengungkapkan kriteria-kriteria penelitian deskriptif yaitu mengembangkan konsep dan menghimpun fakta serta menggambarkan secara tepat sifat-sifat individu, keadaan atau gejala tertentu (Bajari, 2015).

Jenis data penelitian ini dibagi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari objek yang diteliti yaitu tim redaksi Majalah Sunday. Data sekunder diperoleh peneliti dengan membaca buku-buku referensi, majalah, jurnal, skripsi dan bahan bacaan lain yang relevan dengan penelitian strategi komunikasi suatu majalah, media massa, majalah digital dan jurnalistik. Unit amatan dari penelitian ini adalah staff redaksi Majalah Sunday. Sedangkan unit analisisnya merupakan strategi komunikasi yang dilakukan pemimpin redaksi dan tim redaksi Majalah Sunday.

Dalam pengambilan atau pemilihan sampel informan penelitian, peneliti menggunakan *sampling purposif (purposive sampling)*. Teknik purposif ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian. Kriteria informan yang dipilih peneliti dalam penelitian ini yaitu merupakan salah satu karyawan Majalah Sunday, merupakan penggagas atau yang memprakarsai berdirinya Majalah Sunday, dan aktif dalam kegiatan kepemudaan baik di lingkungan masyarakat, organisasi agama, organisasi pendidikan atau pemerintahan. Berdasarkan kriteria tersebut, informan yang dipilih yaitu Olivia Elena Hakim yang menjabat sebagai pemimpin redaksi Majalah Sunday, salah satu yang memprakarsai berdirinya Majalah Sunday di tahun 2013 dan juga aktif terlibat dalam organisasi kepemudaan gereja.

Pada teknik pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi dengan bantuan pedoman wawancara, alat rekam, kamera, dan lainnya. Peneliti menggunakan observasi non partisipan, dimana peneliti akan berperan sebagai pengamat dalam penelitian yang dilakukan dengan mencatat, memotret, merekam dan mempelajari fenomena yang sedang diteliti. Peneliti akan melakukan pengamatan pada redaksi Majalah Sunday seperti saat pembuatan konten majalah, pembuatan konten media sosial, produksi artikel berita, rapat redaksi ataupun kegiatan kerja yang dilakukan lainnya. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis model Miles and Huberman. Model ini adalah proses penelitian yang dilakukan di lapangan dengan melakukan berbagai tahapan seperti reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Majalah Sunday lahir sebagai majalah bersegmentasi anak muda, khususnya pelajar SMA. Majalah Sunday didirikan dengan memberi perhatian khusus kepada remaja Indonesia, dengan mengangkat tema tentang anak muda, kehidupan sekolah dan hal-hal yang wajib diketahui oleh remaja seperti kesehatan mental dan edukasi seksual. Dalam operasionalnya, Majalah Sunday memiliki visi dan misinya sendiri. Visi Sunday yaitu konsumsi media yang lebih positif untuk kaum muda. Sedangkan misi Sunday adalah mengusung gaya hidup yang kreatif, memperkenalkan sebuah media baru berkonsep *'no celebrity, no gossip'*, dan membangun komunitas anak muda yang kuat dari berbagai latar belakang.

Hadir dengan mengusung gaya *Slow Journalism*, Majalah Sunday memproduksi dan melakukan pencetakan majalah setiap satu bulan sekali. Pada Januari 2013, majalah ini sukses menerbitkan majalah pertamanya dengan mengedarkan 3.000 eksemplar majalah ke 45 SMA partner, bimbingan belajar, toko stationary, resto, dan salon di kawasan Jakarta dan sekitarnya. Hingga saat ini, Majalah Sunday telah melakukan distribusi ke 58 tempat di 13 wilayah dan mencetak 78 edisi majalah untuk kaum muda, terutama pelajar SMA.

Mengenai pemilihan nama dan logo, dipilih nama Majalah Sunday dengan alasan kata "Sunday" (Minggu) ini memiliki kesan sebagai hari yang menyenangkan dan mudah untuk diucapkan orang. Filosofinya sendiri yaitu 'setiap hari akan terasa seperti hari Minggu jika kita menjalaninya dengan penuh semangat'. Untuk logonya, dipilih warna merah pada latar belakang kata "Sunday" dengan alasan hari Minggu identik dengan warna merah seperti yang terdapat di kalender. Latar belakang yang berwarna merah tersebut juga diilustrasikan sebagai goresan pena sorot yang menyiratkan hal-hal penting untuk diketahui remaja, terutama bagi para pelajar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemimpin redaksi Majalah Sunday, Olivia Elena Hakim menyampaikan bahwa saat ini Majalah Sunday memfokuskan diri terhadap penyajian konten-konten majalah digital untuk pelajar SMA. Hasil wawancara dengan pemimpin redaksi Majalah Sunday kemudian disajikan dengan melihat variabel yang terdapat pada strategi komunikasi Anwar Arifin.

Strategi Komunikasi Anwar Arifin

Anwar Arifin pada bukunya “Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas” (1984) menyatakan bahwa sebuah strategi adalah seluruh keputusan tentang suatu tindakan yang dilaksanakan untuk mencapai suatu tujuan. Untuk dapat menyusun strategi komunikasi, komunikator perlu membuat rencana yang baik dengan langkah-langkah dibawah ini (Arifin, 2013). Langkah-langkah tersebut pun dilakukan Majalah Sunday dalam upaya meningkatkan pembaca majalah digital Sunday:

1. Mengenal Khalayak

Berangkat dari keresahan penelitiannya mengenai fenomena industri majalah Indonesia yang saat itu banyak membeli lisensi majalah dari luar negeri, Olivia mendirikan Majalah Sunday. Meski terkesan keren, sebagian konten majalah tersebut merupakan hasil terjemahan sehingga menggagaskan konsep tidak realistis, kurang relevan dan kurang ada warna lokalitas ketika dinikmati oleh remaja Indonesia. Dibantu beberapa teman yang *expert* dalam bidang majalah dan media digital, akhirnya Majalah Sunday terbentuk dan terdaftar di LIPI dengan kode ISSN: 2337-8018. Dalam upaya mengetahui khalayak pembaca Majalah Sunday, Sunday melakukan riset untuk memastikan segmentasi pembaca di masa persiapan berdirinya Sunday.

“Ya, kita benar-benar riset scientific untuk memastikan segmen pembaca di satu tahun awal. Konten-konten majalah franchise luar negeri yang disajikan di negara kita, itu konsepnya tidak realistis atau tidak sesuai lah sama remaja Indonesia. Dari situlah kita mencoba untuk menyajikan konten yang sesuai dengan remaja Indonesia di masa persiapan bikin majalah, istilahnya ‘pilot episode’ atau majalah edisi 0.” (Informan 1, Pemimpin Redaksi Majalah Sunday)

Setelah masa pilot episode, tim Sunday akhirnya menentukan pembaca Sunday yang merupakan pelajar SMA. Sunday menilai remaja SMA sangat butuh informasi yang terkait dengan tips pelajar, kesehatan mental dan edukasi seksual. Informasi seperti itulah yang wajib diketahui dan harus menjadi perhatian remaja SMA. Pesatnya informasi yang diakses melalui digital, digunakan oleh tim Sunday untuk mengenal usia khalayak pembaca Majalah Sunday. Melalui aplikasi *Instagram*, Sunday menggunakan fitur *Insight* untuk memantau umur pembaca. Selain itu, fitur *Hotline Chat* yang ada di *website* Majalah Sunday juga digunakan untuk mengetahui umur pembaca melalui pesan interaktif yang akan dibalas langsung oleh admin Majalah Sunday atau disebut ‘Mimin Sunday’.

“Kita punya Hotline Chat di website, chat itu kan fungsinya untuk kita interaksi dengan pembaca. Kita juga periksa, kita nanya ‘kamu dari sekolah mana’ dan banyak dari pembaca yang minta ‘request skincare untuk siswa SMA’, atau pertanyaan ‘gimana cara milih jurusan SMA dan SMK yang tepat’, serta pertanyaan-pertanyaan seputar SMA lainnya. Berarti bener nih, mayoritas pembaca kita umurnya masih pas, berartikan Sunday masih on the right track. So far sih kita ukur dari situ untuk mengenal khalayak pembaca Sunday.” (Informan 1, Pemimpin Redaksi Majalah Sunday)

2. Menyusun Pesan

Dalam langkah menyusun pesan, syarat penting untuk dapat mempengaruhi khalayak melalui pesan adalah harus mampu membangun perhatian (Milenia et al., 2021). Untuk dapat membangun perhatian, komunikator disini atau Majalah Sunday menggunakan model desain pesan. Model desain pesan dilakukan Majalah Sunday dalam membangun pesan untuk mencapai tujuan. Majalah Sunday menerapkan salah satu misi yang unik dan menarik yaitu memperkenalkan sebuah media baru berkonsep ‘no celebrity, no gossip’, hal inilah yang menjadi pembeda dengan majalah remaja lainnya. Selain hadir dengan misi unik, Sunday

juga mengangkat tema-tema majalah bulanan yang sedang *trending* atau *popular*. Atau tema-tema yang paling dekat dengan remaja, dan berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Dalam observasi yang dilakukan, peneliti mempelajari dan mencatat beberapa topik yang paling dekat dengan remaja dan membandingkan apakah topik tersebut telah dibahas atau belum dalam konten majalah digital oleh Majalah Sunday. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Pembandingan Hasil Observasi Peneliti dengan Konten Majalah Sunday

Observasi Peneliti	Konten Majalah Sunday		Contoh Artikel
	Dibahas	Tidak Dibahas	
Edukasi Seksual	✓		Organ Intim Juga Mendapatkan Manfaat Saat Kita Puasa Lho!
Kesehatan Mental	✓		Aggressive Episodes, Kenali Cara Mengendalikannya!
Tips Pelajar	✓		SMA dan SMK, Kamu Pilih yang Mana Buat Masa Depanmu?
Pengetahuan Umum	✓		Ingin Menjadi Intelijen? Kenalan Yuk dengan SKIN!
Sejarah	✓		Pelabuhan Sunda Kelapa yang Kental Akan Sejarah
Percintaan	✓		Tips Pacaran Hemat Budget Buat Pelajar
Misteri	✓		6 Kejadian Mistis Pendakian Gunung Salak
Teknologi	✓		3 Teknologi Snap Inc. yang Akan Merevolusi Belanja dengan AR
Perawatan Diri	✓		Sunscreens, Kenali Jenisnya Biar Bisa Bantu Jaga Kulitmu
Kebudayaan	✓		Kebudayaan Lenong Masa Kini
Pariwisata	✓		Berwisata Sambil Mengetahui Italia Lebih Dalam
Hiburan	✓		Park Seo Joon Gabung dengan The Marvels, Gimana Menurutmu?
Gaya Hidup	✓		Sehari dalam Kehidupan Seorang Food Stylist: @laparmata_food

Sumber: Hasil Observasi Peneliti

Sunday betul-betul memperhatikan apa yang pelajar butuhkan. Dari total 13 topik yang peneliti temukan, semuanya ada dan dibahas dalam konten Majalah Sunday. Berdasarkan observasi peneliti, topik tips pelajar berjudul “10 Jurusan SMK Paling Diminati: Apa Saja yang Dipelajari?” menjadi yang terbanyak diakses dengan jumlah 47.766 *view posts* dan mendapat 44 komentar dari pembaca Majalah Sunday, disusul berbagai topik lain seperti edukasi seksual, kesehatan mental dan hiburan yang banyak diakses oleh pembaca Majalah Sunday.

Majalah Sunday menggunakan konsep ‘jemput bola’. Konsep jemput bola merupakan konsep yang mendekatkan diri kepada masyarakat atau pelanggan dengan cara apapun dan metode yang efektif, tanpa perlu mengeluarkan banyak tenaga. Dalam konsep jemput bola, komunikator dapat tetap mempertahankan atau bahkan meningkatkan jumlah khalayak sasaran dengan dua cara. Cara pertama yaitu tetap fokus pada khalayak yang sudah ada, kemudian cara yang kedua yaitu dengan mempertimbangkan kemungkinan melebarkan sayap atau membuka cabang-cabang usaha baru agar lebih mudah dikenali khalayak luas (Triandini, 2013).

“Sunday fokus pada khalayak yang ada dengan konsep jemput bola. Dalam konsep ini, kita kirim atau ngeblus ke email mereka. Data-data email pelajar kita dapatkan dari anak-anak yang magang di Sunday, interaksi pembaca di Hotline Chat website Majalah Sunday dan siswa-siswa sekolah yang menjadi partner Majalah Sunday.

Di email, kita kirim informasi majalah. Selain info majalah, email newsletter yang kita kirim tuh isinya juga info artikel baru di website, info podcast baru. Semuanya bisa di clickable langsung dari email. Dari kemudahan yang Sunday berikan, harapannya kita bisa menarik perhatian anak SMA.” (Informan 1, Pemimpin Redaksi Majalah Sunday)

Pesan yang disusun merupakan konten-konten yang dibuat oleh Majalah Sunday. Dalam menyusun konten, Majalah Sunday memberi perhatian khusus pada remaja Indonesia dengan mengangkat tema tentang anak-anak muda, kehidupan sekolah, tips pelajar, edukasi seksual dan kesehatan mental. Hadir sebagai majalah pelajar untuk anak SMA, Sunday selalu menyajikan konten dengan mengangkat kreativitas, topik-topik cerdas dan dikemas dengan gaya ringan, *fresh* dan menarik di bagian desain.

“Aku selalu bilang ke anak-anak redaksi yang bikin naskah, ‘kalo lu ga paham, berarti pembaca lu ga paham’. Ceritakan dengan bahasa sesederhana mungkin biar orang bisa mencerna dengan baik dan merasa itu konten yang layak, cocok dan gak tabu. Kita juga melakukan pendekatan copywriting. Untuk masalah desain, wajah-wajah yang ditampilkan di setiap desain harus wajah orang Indonesia atau orang Asia yang masih muda atau remaja. Jadi orang tau kalo ini majalah buat dia.” (Informan 1, Pemimpin Redaksi Majalah Sunday)

3. Menerapkan Metode

Dalam penerapan metode, terdapat dua aspek yaitu aspek menurut cara pelaksanaannya dan aspek bentuk isinya. Aspek cara pelaksanaan dilihat dari segi pelaksanaannya seperti metode *redundancy* dan metode *canalizing*. Sedangkan aspek bentuk isi dilihat dari bentuk pesan dan maksud yang dikandung seperti metode informatif, edukatif, koersif dan persuasif. Dalam aspek menurut cara pelaksanaannya, Majalah Sunday menggunakan metode *redundancy* dan *canalizing* :

a. Metode *Redundancy*

Redundancy adalah metode dalam penyampaian pesan dengan repetisi atau diulang-ulang. Salah satunya dilakukan Sunday dengan berulang-ulang menuliskan konten majalah tentang edukasi seksual. Hal ini penting untuk remaja agar menjadi *awareness* di masa sekarang, membekali dan menyadarkan remaja akan pentingnya menjaga kesehatan dan perkembangan reproduksi. Topik artikel edukasi seksual yang berjudul “Aktif Berhubungan Seksual Sebelum Menikah? Ketahui Dulu Yuk Plus Minusnya” menjadi yang terbanyak diakses dengan jumlah 15.383 *view posts* dari pembaca Majalah Sunday.

b. Metode *Canalizing*

Metode ini dilaksanakan dengan mengetahui terlebih dahulu khalayak sasaran pembaca Majalah Sunday. Lalu sasaran tersebut dijadikan acuan dalam penyusunan dan penyampaian pesan. Setelah menentukan pelajar SMA sebagai sarasannya, Majalah Sunday mengangkat topik-topik majalah bulanan yang sedang *trending* atau *popular* dan topik-topik yang paling dekat dengan remaja, serta berkaitan dengan kehidupan mereka sehari-hari.

Sedangkan dalam aspek menurut isinya, Majalah Sunday menggunakan metode informatif, edukatif dan persuasif :

a. Metode Informatif

Dalam metode ini Majalah Sunday selalu memilih tema atau topik yang *up to date* dengan kondisi terbaru saat itu. Sunday juga memberikan informasi-informasi terkini yang terjadi di Indonesia maupun di dunia, tentunya dengan kutipan-kutipan sumber relevan dan terpercaya agar ‘no hoax’. Artikel Majalah Sunday dengan judul “Dentuman

Misterius di Langit Indonesia, Apa Yang Terjadi?” terbit tidak sampai satu hari setelah suara dentuman di langit sering terdengar dan diperbincangkan masyarakat Indonesia di berbagai sosial media.

b. Metode Edukatif

Dalam rangka menambah wawasan dan pengetahuan umum para pembaca, Sunday menuliskan konten-konten mengenai kebudayaan, warisan dan tradisi unik di Indonesia maupun luar negeri. Konten tersebut dikemas dengan unik, menarik dan berisikan rangkuman fakta-fakta. Artikel Majalah Sunday dengan judul “Sejarah dan Kebudayaan Lenong Masa Kini” memuat tulisan yang berisikan kebudayaan asli Indonesia yang masih ada dan terjaga hingga saat ini. Didalamnya juga terdapat narasi bahwa adanya perkembangan Lenong Betawi yang bertransformasi menjadi Komedi Betawi (Kombet), menyesuaikan keadaan saat ini dan dapat ditonton oleh semua kalangan.

c. Metode Persuasif

Cara ini dilakukan dengan merayu dan tidak memaksa. Secara persuasif, Majalah Sunday mengajak Sunners (pembaca Majalah Sunday) untuk menikmati semua konten-konten yang disajikan di majalah digital ataupun di berbagai media sosial. Selain itu Majalah Sunday dengan fitur *Live* Tiktok dan *Live* Instagram mengajak pelajar untuk mengkonsumsi media yang lebih positif. Sunday selalu mengirim informasi majalah edisi terbaru atau podcast edisi terbaru ke email teman-teman Sunners, untuk mempermudah pelajar mengakses media baru yang relevan, dengan gaya bahasa asyik dan tulisan yang mudah dipahami.

4. Seleksi Penggunaan Media

Dalam tujuan memberikan informasi kepada khalayak, digunakan media sebagai alat penyalur pesan. Dalam menyalurkan pesan ini, komunikasi wajib didukung oleh pemilihan media secara selektif. Dengan kata lain, media yang dipilih harus menyesuaikan dengan keadaan, bagaimana kondisi khalayak saat itu, teknis, dan metode yang diterapkan. Hal ini sesuai yang diungkapkan oleh Ibu Olivia Elena Hakim selaku pemimpin redaksi dalam hasil wawancara yang menyatakan:

“Kita melihat dan menyaring media mana yang digunakan sebagai penyampai pesan, tentunya media digital berbasis internet dan sosial media. Media yang kita pilih adalah yang paling sering diakses remaja atau pelajar SMA saat ini. Kondisi sekarang kan lagi ramai medsos Instagram, Twitter, Tiktok, Wattpad, aplikasi berbagi video YouTube dan layanan musik digital Spotify, nah itu medsos yang otomatis kita gunakan. Selain itu untuk website dapat diakses di issue.com (platform untuk majalah di seluruh dunia) dan pastinya milik kita sendiri majalahsunday.com.” (Informan 1, Pemimpin Redaksi Majalah Sunday)

Menghadapi trend media yang selalu berubah dan tidak sama, tentunya Majalah Sunday mengikuti dan berusaha menyesuaikan dengan kondisi terbaru. Salah satu cara menyesuaikannya adalah berkolaborasi dengan Gen Z, yang merupakan teman-teman SMA maupun SMK yang pernah magang atau sedang magang di Majalah Sunday.

“Terutama new media, jelas mengikuti. Dalam artian, tentunya kita punya komunitas teman-teman anak SMA/SMK yang magang ataupun yang sudah lulus dan mereka yang lebih aware sama trend tersebut karena mereka konsumen juga. Merekalah yang memasukkan trend itu ke Sunday. Penggunaan bahasa-bahasa kekinian dalam penulisan naskah konten majalah digital, apa yang sedang trending topik, hingga media mana yang sedang ramai diakses.” (Informan 1, Pemimpin Redaksi Majalah Sunday)

Majalah Sunday merasa tidak memiliki keterbatasan ruang dalam kerjasama penerimaan anak magang. Sunday sadar bahwa mereka adalah sebuah komunitas, siswa-siswi yang telah lulus magang tetap menjadi bagian dari Sunday dan masih berada di dalam grup Sunday. Sunday ingin menguatkan komunitas pelajar SMA, dan percaya bahwa para pelajar ini bisa membantu Sunday menjangkau segmen pasar yang lebih luas.

5. Tahap Evaluasi

Perencanaan adalah bagian dari manajemen. Manajemen harus memahami arah yang diinginkan organisasi sebelum menuju ke arah tersebut. Dalam sebuah organisasi, baik organisasi media ataupun lainnya, evaluasi penting untuk dilakukan. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah media tersebut telah menjalankan fungsinya dengan baik sebagai media edukasi, pendidikan atau hiburan dan melihat tujuan organisasi yang tercantum dalam visi misi telah tercapai atau tidak. Ini penting untuk dilakukan, karena banyak orang yang beranggapan bahwa sekali mereka membuat media pasti baik. Untuk itu perlu dibuktikan dengan cara evaluasi tersebut (Sungkono, 2009). Hal ini pun yang dilakukan Majalah Sunday untuk terus berbenah kearah yang lebih baik dalam menyajikan majalah digitalnya.

“Sunday sedang mengevaluasi secara internal. Evaluasi ini kita lakukan saat sedang ada jeda dimana anak-anak SMK tidak magang lagi sampai kelas 12 dikarenakan adanya kurikulum baru atau kurikulum merdeka. Jeda atau kekosongan magang ini kita pakai untuk brainstorm, untuk sprint dan mengembangkan konten digital Sunday.” (Informan 1, Pemimpin Redaksi Majalah Sunday)

Dalam usaha memperbaiki sektor penampilan *website*, Majalah Sunday sempat melakukan renovasi yang mengharuskan *website* berhenti beroperasi selama satu minggu. Selain itu Sunday terus belajar *SEO* dengan baik. *SEO* atau (*Search Engine Optimization*) adalah salah satu teknik promosi dengan cara memanfaatkan pengoptimalan mesin pencari agar *website* yang sudah kita buat berada di peringkat teratas atau halaman pertama (*first page*) sebuah halaman mesin pencari (Hayaty & Meylasari, 2018). Tujuannya adalah untuk membuat Sunday lebih dikenal banyak orang, serta mengembangkan dan mengoptimalkan *website* yang menjadi *digital asset* Majalah Sunday. Intinya Sunday tetap terus belajar dalam upaya meningkatkan pembaca majalah digital dan berusaha sebaik mungkin agar majalah digital dapat *enjoy* dinikmati pembaca, terutama generasi muda pelajar SMA, SMK dan mahasiswa.

Strategi Komunikasi Majalah Sunday dalam Meningkatkan Pembaca Majalah Digital di Kalangan Pelajar Sekolah Menengah Atas

Jiwa Sunday adalah pembacanya sendiri. Penurunan pembaca pelajar merupakan masalah penting bagi Sunday, karena Majalah Sunday hadir untuk pelajar dan berupaya menjaga eksistensi dengan bertahan sebagai majalah pelajar di masa digital. Oleh karena itu, Sunday membutuhkan strategi tersendiri untuk menjaga eksistensinya, terutama dalam meningkatkan pembaca majalah digitalnya di kalangan pelajar SMA. Beralihnya Sunday ke digital tidak menjamin bahwa setiap konten atau tema Sunday akan dibaca pelajar SMA. Sunday menemukan bahwa hanya tema-tema tertentu yang mendapat atensi lebih dari para pembaca SMA, seperti tema edukasi seksual, *Valentine* ataupun *Halloween*. Dalam upaya mengatasinya, Sunday melakukan strategi dengan memecah edisi majalah ketika sedang memiliki banyak topik menarik.

“Aku lebih prefer ketika kita lagi banyak topik menarik, akan kita pecah ke beberapa edisi majalah untuk membuat orang tertarik pada tema lain, selain edukasi seksual, valentine atau halloween gitu. Jika banyak edisi majalah, pilihan topiknya lebih beragam dan orang akan penasaran. Pemecahan edisi majalah ini juga bertujuan

menghindari edisi majalah yang terlalu tebal. Karena jika terlalu tebal, pelajar akan skip-skip membacanya. Kita menyadari mendingan majalah tipis, tapi rutin keluar.” (Informan 1, Pemimpin Redaksi Majalah Sunday)

Selain itu hambatan Sunday adalah artikel *website* ataupun majalah digital yang ditulis terlalu panjang dan tidak menarik sehingga juga membuat *readership website* turun. Dikonfirmasi pemimpin redaksi Majalah Sunday, Olivia Elena Hakim, *traffic* jumlah pembaca Majalah Sunday via *Google Analytics* pergolakannya diantara 30.000 dan 20.000 disaat *website* yang sedang renovasi dan belum rampung. Jadi bisa diambil tengahnya yaitu 25.000 pembaca di setiap bulannya.

“Kita mengatasinya dengan cara memendekan artikel dan memperbanyak gambar menarik. Saat ini aku bersama tim lagi ngembangin PDF interaktif. Dimana pdf itu clickable, pdfnya bisa di click dan langsung muter podcast. Hal ini untuk memancing minat orang membaca. Itu yang lagi kita kembangin dan menurut aku gini, kalo minat baca masyarakat Indonesia rendah banget, aku mengiyakan tapi jangan kita ikuti, itu sama kaya kebiasaan buruk yang harus kita lawan. Jadi saat ini Sunday posisinya masih melawan, kita terus mengevaluasi diri kalo gitu apa yang bisa kita lakukan biar orang khususnya pelajar ya, bisa enjoy baca majalah kita.” (Informan 1, Pemimpin Redaksi Majalah Sunday)

Kemudian strategi yang Sunday lakukan di media sosial adalah tetap *update* konten rutin seperti biasanya, karena algoritme mereka (Instagram, Twitter, Tiktok, YouTube, Spotify) bekerja dengan sendirinya. Namun dengan batasan, Majalah Sunday tidak ingin terlalu investasi di media sosial dengan tujuanantisipasi jika sewaktu-waktu berbagai media sosial tersebut bangkrut dan tutup, yang membuat semua konten media sosial dan aset digital Sunday hilang.

“Sunday ga pasang ads (iklan) di media sosial, karena media sosial seperti Instagram, Twitter, Tiktok, YouTube dan Spotify bukan on channel-nya Sunday. Channel yang kita miliki sendiri ya website Majalah Sunday. Tapi memang, sangat aku akui media sosial tersebut juga yang membantu Sunday untuk dikenal banyak orang lebih cepat ketimbang dari website Majalah Sunday.” (Informan 1, Pemimpin Redaksi Majalah Sunday).

Setelah pandemi Covid-19, Majalah Sunday memutuskan untuk memberhentikan penerbitan majalah dalam bentuk fisik sementara waktu dan fokus terhadap pengembangan konten media daring. Namun setelah memasuki masa *new normal* dan sekolah sudah memulai pembelajaran tatap muka, Sunday berupaya untuk menjalankan kembali penerbitan majalah dalam bentuk fisik. Majalah Sunday akan kembali mencari *sponsorship* untuk mendukung penerbitan dan pendistribusian majalah ke berbagai sekolah-sekolah SMA maupun SMK di Jakarta dan sekitarnya. Format majalah fisik setelah masa *new normal* akan dibuat lebih tipis daripada sebelumnya, namun di halaman terakhir majalah akan diberitahukan bahwa ada versi majalah yang lebih lengkap berbentuk digital di *website* Majalah Sunday.

Konsep Kolaborasi Majalah Sunday

Strategi adalah rencana cermat tentang suatu kegiatan guna meraih sebuah target atau sasaran. Sasaran atau target tidak mudah dicapai, sehingga untuk mencapainya strategi tidak hanya berfungsi sebagai petunjuk jalan yang menunjukkan tujuan saja, melainkan juga menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 2000). Selain sebagai petunjuk jalan yang menentukan tujuan, strategi menurut Majalah Sunday juga untuk menunjukkan taktik operasional dengan konsep kolaborasi yang mereka miliki. Hal ini diperkuat oleh Budiman Manurung selaku kepala bagian humas dan kerjasama Majalah Sunday dalam wawancara:

“Ya tentu ini taktik juga, selain dari taktik atau strategi yang kita lakukan di media sosial ataupun website punya kita. Kalo konsep kolaborasi ini lebih ke eksternal, atau

strategi kerja sama kita dengan pihak atau perusahaan diluar Majalah Sunday.”
(Informan 2, Kepala Bagian Humas dan Kerja Sama Majalah Sunday)

Konsep kolaborasi dikemas dengan mudah dan menarik bagi siapa saja yang ingin bekerja sama dengan Majalah Sunday. Berbagai konsep kolaborasi yang Majalah Sunday miliki adalah sebagai berikut:

a. Liputan *Event*

Konsep liputan event diperuntukkan bagi sekolah-sekolah, universitas dan komunitas yang memiliki sebuah kegiatan dan ingin diliput atau didokumentasikan oleh tim Majalah Sunday. Untuk kategori event yang ingin diliput dapat berupa acara terkait musik, olahraga, seni, drama, teater, budaya dan yang lainnya. Hasil dari liputan event yang didokumentasikan tim Sunday merupakan foto, video, cerita dan berita yang dimuat di dalam *website* Majalah Sunday. Untuk pengajuan liputan, dapat menghubungi *button* kontak *whatsapp* di *website* Majalah Sunday.

b. Buklet Magang

Tersedia untuk pelajar SMA, SMK, maupun mahasiswa yang ingin mengembangkan diri sesuai dengan minat dan studi yang relevan dengan industri media dalam program magang yang diadakan Majalah Sunday. Program ini dibuka sepanjang tahun dan *onboarding* tim magang baru setiap awal bulan, sehingga waktu magang dapat disesuaikan dengan yang diinginkan. Dari perencanaan topik, penulisan naskah, produksi, hingga promosi lintas *channel*, itulah yang kamu bisa lakukan di Majalah Sunday. Jadikan MajalahSunday.com sebagai “laboratorium” untuk kreativitasmu.

c. *Media Partner*

Kerja sama ini bersifat *full* barter dengan ketentuan acara ini harus diselenggarakan oleh institusi pendidikan dan acaranya relevan atau cocok untuk remaja. Dalam kerja sama ini dukungan publikasi yang dapat Sunday berikan meliputi publikasi poster acara di media sosial Sunday (Instagram, Twitter, Tiktok), publikasi materi promosi acara di *website* majalahsunday.com, liputan acara yang ditayangkan di *website*, dan poster acara yang ditayangkan di majalah digital dan *broadcast* via *newsletter* Majalah Sunday (dengan catatan telah dikirimkan sebelum akhir bulan). Sedangkan barter yang diminta dari panitia merupakan penayangan logo Sunday di materi publikasi panitia, penyebutan majalahsunday.com sebagai *media partner* oleh MC di hari-H acara, dan mengikuti akun Twitter, TikTok, dan Instagram Sunday oleh panitia.

d. Pasang Iklan

Tujuan utama iklan (periklanan) bagi perusahaan atau organisasi profit adalah untuk meningkatkan penjualan produk (barang/jasa) yang diperdagangkan dan meningkatkan keuntungan (laba) perusahaan (Wahab, 2020). Sehingga konsep kolaborasi pasang iklan di Majalah Sunday berfungsi untuk menawarkan tempat mengiklan bagi para pemilik usaha atau bisnis agar meningkatkan penjualan produk ataupun meningkatkan keuntungan perusahaan. Untuk informasi, syarat dan ketentuan lebih lanjut dapat menghubungi nomor *whatsapp* Majalah Sunday di *website* bagian kategori ‘kolaborasi’, lalu tekan ‘pasang iklan’ di bagian paling bawah.

Konsep kolaborasi menjadi strategi komunikasi Majalah Sunday dengan pihak eksternal atau pihak diluar Majalah Sunday. Dengan harapan lebih banyak pihak yang mengetahui majalah Sunday, tidak hanya pelajar SMA, melainkan juga institusi pendidikan dan institusi pemerintahan bidang pendidikan. Semakin banyak orang yang tahu, akan semakin baik bagi Majalah Sunday dalam menjalankan fungsi majalahnya.

Majalah Sunday memang belum banyak dikenal pelajar SMA, walaupun telah melakukan distribusi ke berbagai sekolah di daerah Jakarta seperti Kelapa Gading, Pulomas, Kayu Manis, Rawamangun, Buaran, Duren Sawit, Kebon Bawang, Sunter, Cakung, Kalimalang, Harapan

Indah; hingga beberapa daerah di Bekasi. Terlihat dari hasil survei yang dilakukan peneliti kepada 10 orang pelajar di Jakarta, Bekasi dan Bogor; 7 dari 10 pelajar mengatakan bahwa mereka tidak mengetahui Majalah Sunday sebagai majalah kaum muda khususnya pelajar SMA. Sedangkan 3 pelajar mengetahui Majalah Sunday dari media sosial Instagram, Tiktok dan pernah magang di Majalah Sunday.

Namun uniknya, pelajar yang tidak mengetahui Majalah Sunday semuanya mengatakan tertarik untuk membaca majalah digital setelah mengakses dan melihat tampilan *website* Majalah Sunday. Sesuai dengan variabel *Defining Good Desain* dalam teori "*the principle beautiful web design*", mendefinisikan desain yang baik memiliki dua sudut pandang untuk orang dapat menentukan sebuah tampilan *website*. Pertama, apakah desain situs *website* tersebut baik atau buruk dan yang kedua merupakan sudut pandang kegunaan yang berfokus pada fungsi, penyajian informasi yang efektif, dan efisiensi. Sehingga tidak hanya dapat menarik pengunjung saja, melainkan pengunjung juga dapat merespon tujuan dari *website* tersebut dan mau mengunjunginya kembali (Ekarini, 2017).

Saran dari pelajar untuk Majalah Sunday cukup beragam, namun dapat diambil kesimpulan bahwa mereka ingin Majalah Sunday dikemas dengan lebih menarik terutama dari sisi *website*-nya, baik itu diberikan tampilan lebih berwarna ataupun *font* tulisan yang tidak *mainstream* untuk sebuah majalah digital pelajar. Selain itu mereka berharap Majalah Sunday dapat membahas topik-topik yang jarang diketahui pelajar, sehingga membantu menjawab rasa penasaran pelajar SMA akan hal-hal baru yang tidak diketahui. Beberapa pelajar juga berharap Majalah Sunday dapat merekomendasi *playlist* musik untuk menemani mereka saat sedang belajar, agar pikiran dapat lebih segar dan tenang.

Sejauh ini, Sunday telah melakukan upaya untuk meningkatkan pembaca pelajar dengan berbagai macam strategi. Namun tetap saja hambatan saat ini yaitu generasi muda atau pelajar yang malas membaca. Sebenarnya generasi milenial percaya bahwa membaca itu baik. Jika mengunjungi toko buku Gramedia, masih banyak ditemukan pelajar yang mencari buku, mungkin awalnya mereka terpaksa mencari buku untuk Ujian Nasional atau untuk tugas sekolah, namun masih bisa dipancing celah untuk membacanya. Sunday juga mengonfirmasi bahwa di platform membaca Wattpad milik mereka, masih banyak ditemukan pelajar SMA yang membacanya.

Bagaimanapun kondisinya, Majalah Sunday akan tetap bertahan sebagai majalah yang menyajikan informasi lebih positif untuk kaum muda dan berupaya membangun komunitas anak muda yang kuat dari berbagai latar belakang, seperti yang tertuang dalam visi dan misi Majalah Sunday. Terlebih untuk saat ini Sunday tidak memiliki pesaing dalam konteks majalah kaum muda. Sesuai dengan pernyataan Ibu Olivia Elena Hakim yang menyatakan:

"Untuk persaingan majalah bersegmentasi pelajar, di majalah konvensional bisa dikatakan tidak ada karena hampir sudah tidak ada yang mencetak lagi. Untuk majalah digital juga udah sepi di Indonesia. Sunday selalu nanya kepada pelajar SMA, 'kalian dapat informasi tentang pelajar seperti masa pubertas, tips pacaran, kesehatan mental, edukasi seks itu dari mana?' Mereka menjawab google. Nah ini yang kita khawatirkan, karena remaja butuh media yang kuat. Dimana kalo dari majalah memiliki editorial yang menyortir dan memastikan informasi yang dimuat itu layak dan bisa dipertanggungjawabkan, berbeda dengan website bisa terlempar ke artikel sana-sini dengan informasi yang terkadang hanya mengcopy. Sehingga harapannya hanya tinggal kita, Majalah Sunday." (Informan 1, Pemimpin Redaksi Majalah Sunday)

Setelah peneliti melakukan penelitian melalui wawancara dan observasi di Majalah Sunday, diketahui bahwa berbagai strategi yang Majalah Sunday lakukan, tujuan utamanya untuk meningkatkan pembaca majalah digital Sunday di kalangan pelajar Sekolah Menengah Atas. Baik dengan strategi internal seperti pengelolaan *website* dan media sosial yang baik, juga dengan strategi eksternal dengan pihak diluar Majalah Sunday melalui konsep

kolaborasinya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka disimpulkan bahwa Strategi komunikasi yang dilakukan Majalah Sunday untuk bisa bertahan menjadi majalah digital pelajar sampai saat ini sudah sangat baik, dan memiliki strategi yang beragam. Majalah Sunday menerapkan strategi komunikasi dengan mengenal khalayak, menulis pesan yang menarik perhatian, menggunakan metode *redundancy*, *canalizing*, informatif, edukatif dan persuasif; pemilihan media yang selektif, dan evaluasi internal. Majalah Sunday juga memiliki konsep kolaborasi sebagai strategi komunikasi untuk bekerja sama dengan pihak diluar Majalah Sunday.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A. (1984). Strategi Komunikasi : Sebuah Pengantar Ringkas. CV ARMICO Bandung.
- Arifin, A. (2013). Komunikasi Politik, Paradigma Teori, Aplikasi, Strategi & Komunikasi Politik Indonesia (Edisi 2). Graha Ilmu.
- Assegaff, D. H. (1983). Jurnalistik Masa Kini: Pengantar Ke Praktek Kewartawanan (Cetakan 1). Ghalia Indonesia.
- Atwar Bajari. (2015). Metode Penelitian Komunikasi: Prosedur, Tren, dan Etika (Nunik Siti Nurbaya, Ed.; x). Simbiosis Rekatama Media.
- Bond, F. F. (1961). An Introduction to Journalism: A Survey of The Fourth Estate in All Its Forms (Second Edi). The Mac Milan Company.
- Effendy, O. U. (2000). Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi (Cetakan 2). Citra Aditya Bakti.
- Effendy, O. U. (2004). Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek (T. Surjaman, Ed.). PT. Remaja Rosdakarya.
- Ekarini, F. (2017). Analisis Desain Website BNI, Bukopin, J.Co Donuts dan McDonalds Menurut Buku "The Principles Of Beautiful Web Design." Journal Electronics, Informatics, and Vocational Education (ELINVO), 2(1), 8–9.
- Fitriani, D. D. (2020). Strategi Komunikasi Organisasi Majalah Panjebur Semangat Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital. Repository.Uksw.Edu, 1, 52.
- Hayaty, M., & Meylasari, D. (2018). Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization (SEO) Sebagai Media Promosi. Jurnal Informatika, 5(2), 295–300. <https://doi.org/10.31294/ji.v5i2.4027>
- Lubis, A. N. (2016). Strategi Komunikasi Public Relations Majalah Laiqa Dalam Meningkatkan Oplah Terjual. Fakultas Dakwah Komunikasi Dan Penyiaran, 1, 63–64.
- Milenia, A., Suryawati, I., & Joni, I. (2021). Strategi Komunikasi Fbi Bali Radio Dalam Meningkatkan Pendengar Program Hi Bali. Ojs.Unud.Ac.Id.
- Moh. Nazir. (2009). Metode Penelitian (Risman Sikumbang, Ed.). Ghalia Indonesia.
- Nasution, D. A. (2016). Sejarah Perkembangan Media Cetak, Elektronik dan Digital. Mahasiswa.Ung.Ac.Id, 1(Teknologi Komunikasi (Sejarah Perkembangan Media)).
- Yusuf, O. (2012). 2013, Pengguna Internet Indonesia Bisa Tembus 82 Juta. Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2012/12/13/10103065/2013.pengguna.internet.indonesia.bisa.tembus.82>.

- Pers, D. (2016). *Media Directory 2016 Serikat Perusahaan Pers Pusat*.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen* (Setiyawami, Ed.; 6th ed.). Alfabeta.
- Suhandang, K. (2004). *Pengantar Jurnalistik: Seputar Organisasi, Produk, & Kode Etik*. Yayasan Nuansa Cendekia.
- Sungkono. (2009). *Evaluasi Media Pendidikan*. Staff Site Universitas Negeri Yogyakarta, 1. <http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/pengabdian/sungkono-mpd/evaluasi-media.pdf>
- Supadiyanto. (2013). *Implikasi Teknologi Digital dan Internet (Paperless Newspaper) Pada Industri Media Cetak di Indonesia*. Direktorat Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 687–696.
- Thahira. (2018). *Media Cetak Di Tengah Perkembangan Media Digital Di Kota Palopo (Studi Kasus Koran Cetak Seru!Ya)*. Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri, 1, 110.
- Triandini, H. (2013). *Pengaruh Layanan Jemput Bola Produk Funding Terhadap DPK dan Jumlah Nasabah: Studi Pada BPRS Artha Karimah Irsyadi*. Jurnal Etikonomi Universitas Prof. Muhammadiyah Dr. Hamka, 12(2), 132.
- Valentina, A., & Chrissandy, R. (2021). *Peningkatan Tata Kelola Majalah Sekolah Smak Ipeka Tomang*. Prosiding SENAPENMAS, 823. <https://doi.org/10.24912/psenapenmas.v0i0.15109>
- Rossa, V., & Nodia, F. (2018). *Miris, Minat Baca Masyarakat Indonesia Hanya 0,01 Persen*. Suara.Com. <https://www.suara.com/lifestyle/2018/02/21/173000/miris-minat-baca-masyarakat-indonesia-hanya-001-persen>
- Wahab, A. (2020). *Analisis Strategi Iklan Di Media Sosial Untuk Meningkatkan Efektivitas Penjualan (Studi Kasus PT WS di Jakarta) Imbang Jaya Mangkuto*. Management, and Industry (JEMI), 3(3), 81–90. <https://doi.org/10.36782/jemi.v3i3.2102>