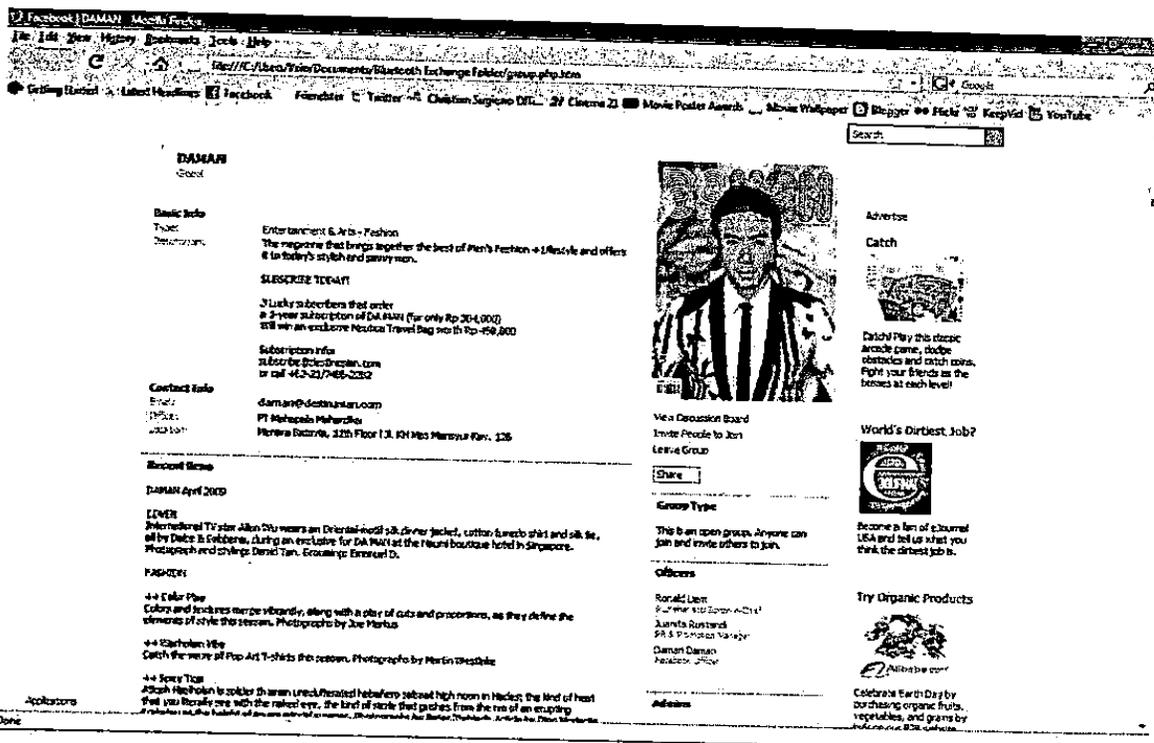


BAB II

DESKRIPSI UMUM SASARAN PENELITIAN

A. Deskripsi Komunitas DAMAN yang tergabung dalam situs Facebook.com

Gambar 2.1.



Deskripsi umum sasaran penelitian adalah sebuah gambaran umum

mengenai keadaan penelitian untuk membantu proses pemahaman permasalahan

yang akan diteliti. Sasaran yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini

adalah komunitas DAMAN. Komunitas ini adalah sebuah komunitas non-formal

yang dibentuk oleh salah satu anggota tim marketing majalah DAMAN, yaitu

Juanita Rustandi yang dipusatkan dalam situs Facebook.com. Disebut non-formal

karena komunitas tersebut tidak memiliki struktur organisasi yang terstruktur,

selain itu masing-masing anggota juga tidak

tertentu jika ingin bergabung. Situs Facebook.com sendiri merupakan jenis situs *social networking*, yakni sebuah situs yang mengandalkan jaringan pertemanan atau sosialisasi sebagai fasilitas utama. Situs Facebook sendiri telah menjadi situs jejaring sosial dengan perkembangan fenomenal, yaitu telah menyentuh 135% pertahun terhitung dari peluncurannya pertama kali pada tahun 2004⁴⁹. Fitur-fitur yang disediakan oleh Facebook.com dalam membangun jaringan komunitas adalah⁵⁰:

1. Info Dasar (*Basic Info*)

Bagian ini menjelaskan tentang tipe komunitas dan deskripsi komunitas. Kelompok majalah DAMAN mengkategorikan diri sebagai kelompok *Entertainment & Arts – Fashion*.

2. Info Kontak (*Contact Info*)

Bagian ini menjelaskan jenis-jenis kontak yang dapat dihubungi, diantaranya e-mail daman@destinasian.com dan alamat kantor di Menara Batavia, 11th floor, Jl. KH Mas Mansyur Kav. 126.

3. Berita Terakhir (*Recent News*)

Bagian ini menjelaskan tentang kabar komunitas terakhir kali. Dalam komunitas ini, kolom ini digunakan untuk menginformasikan tentang konten artikel dari edisi terbaru majalah DAMAN yang terbit tiap edisinya.

⁴⁹ <http://www.detikinet.com/read/2008/08/29/172936/997044/398/pengguna-facebook-tembus-100-juta> – akses 13 April 2009.

⁵⁰ <http://www.facebook.com/daman>

4. Daftar Anggota (*Members*)

Bagian ini berisi daftar nama-nama para anggota komunitas yang menggabungkan diri.

5. Diskusi Group

Sebuah kolom yang digunakan untuk membentuk sebuah interaksi antaranggota tentang sebuah topik atau hal-hal yang berkaitan dengan komunitas.

6. Komentar (*Wall*)

Kolom ini digunakan para anggota untuk mengomentari atau menanggapi secara instan apapun yang berkaitan dengan komunitas tersebut.

7. Foto

Salah satu fitur yang memungkinkan pihak komunitas mengupload foto-foto yang mencerminkan komunitas terkait. Dalam komunitas DAMAN, fitur ini diisi dengan *preview* halaman majalah pada tiap edisinya.

8. Halaman Terkait (*Links*)

Kolom yang berisi situs-situs terkait yang masih berhubungan dengan komunitas. Pada majalah DAMAN, kolom ini diisi dengan situs pihak-pihak pendukung yang membantu kinerja majalah DAMAN itu sendiri.

Majalah DAMAN merupakan majalah yang berada di bawah penerbitan PT. Mahapala Mahardhika dengan nomor ISSN 1978-2950 dan dicetak oleh Indonesia Printer ke tiga negara di Asia, yaitu meliputi Indonesia, Singapura, dan Hongkong dimana ketiga negara tersebut merupakan negara potensial yang masyarakatnya "*fashion and brand minded*". Majalah DAMAN terbit pertama kali pada May 2007 dengan frekuensi 10 kali terbit pada setiap tahunnya. Bulan-bulan tertentu menjadi satu edisi dikarenakan faktor musim liburan dalam pagelaran busana dunia mode internasional. Bulan-bulan tersebut adalah bulan Juni yang digabung dengan Juli serta bulan Desember yang digabung dengan Januari. Namun, sehubungan dengan adanya resesi ekonomi pada akhir tahun 2008 dan dengan dipicunya harga kertas yang semakin melonjak, maka pihak penerbit memutuskan untuk mengedarkan majalah DAMAN sebanyak 6 kali setahun, yaitu dengan penggabungan dua bulan dalam satu edisi. Keputusan ini mulai berlaku sejak bulan Juni 2009 setelah edisi ulang tahunnya yang kedua. Dilihat dari segi transformasi harga, majalah DAMAN hanya pernah menaikkan harganya pasca ulang tahunnya yang pertama, yaitu dari harga Rp 38.000 menjadi Rp 43.000.

2. Segmentasi Majalah DAMAN

Majalah DAMAN dikhususkan untuk pria-pria yang elegan, *stylish*, dinamis, dan memiliki segmentasi pasar menengah ke atas. Jika ditilik dari

a. Demografi

Target Audience

Primer	: Pria Dewasa
Sekunder	: Wanita Dewasa
Usia	: 21 – 40 tahun
Status Ekonomi Sosial	: A+
Profesi	: Businessman, Eksekutif Muda, dsb.
Tingkat pendapatan	: Di atas Rp 2.000.000,-/bulan.

b. Psikografi

Lifestyle : Aktif, haus akan informasi, berorientasi pada kenyamanan dan kualitas, memiliki esensi estetik dalam keseharian.

3. Konten Majalah DAMAN

Majalah DAMAN merupakan salah satu majalah yang mengedepankan sisi *lifestyle* atau gaya hidup. Sesuai dengan segmentasi pasar, maka yang dikedepankan adalah gaya hidup mewah. Pembahasan artikel majalah DAMAN meliputi segmen⁵¹:

a. 360°

Segmen ini merupakan *updates* atau hal-hal terbaru yang berasal dari bagian gaya hidup. Segmen ini terdiri dari sub-segmen; *Runway* (kolom pagelaran busana terbaru dari desainer-desainer terkemuka dunia), *News* (kolom event-event terbaru dari berbagai

label busana terkemuka), *Essentials* (kolom pilihan produk-produk aksesoris yang dapat digunakan sebagai panduan belanja), *Grooming* (kolom berbagai jenis kosmetik perawatan tubuh terbaru serta penjelasan manfaatnya), *Scents* (kolom berbagai aroma parfum terbaru pilihan yang dapat dijadikan referensi), *Watches* (kolom referensi produk unggulan jam tangan), *Icon* (kolom profil seorang tokoh pria metroseksual ternama yang selalu terlihat *stylish*), *Living* (kolom review berbagai perabotan rumah tangga unik yang juga tidak kalah multifungsi), *Gadgets* (kolom review tentang keunggulan alat elektronik terbaru), *Gaming* (kolom review tentang berbagai macam jenis permainan terbaru), *Books* (kolom review buku-buku yang membuat inspirasi), *Music* (kolom review album musik yang sedang *top-chart*), *Movies* (kolom preview film-film terhangat yang akan diputar di bioskop-bioskop), *DVDs* (kolom review yang berisi keunggulan-kelemahan koleksi DVD), *Eat+Drinks* (kolom review mengenai restoran, café, dan tempat *hangout* terbaru di kawasan Asia), *Travel* (kolom tentang paket-paket penawaran liburan di seluruh dunia, baik dari pihak maskapai penerbangan hingga hotel dan resor), *Art* (kolom edukasi tentang seni maupun arsitektur pada sebuah negara)

b. *Wheels*

Segmen ini merupakan segmen khusus yang sangat eksklusif, yaitu tentang dunia otomotif. Hal-hal yang dibahas di sini adalah berbagai macam jenis otomotif terbaru dari label-label yang super-prestisius. Tidak hanya mobil yang memiliki label Audi, Carlsson, Mercedes-Benz, Aston Martin, Ferrari, Lamborghini, ataupun Jaguar, namun juga menampilkan motor Ducati dan motor-motor mewah lainnya. Review kolom ini biasanya berisi informasi harga, tipe, jenis mesin, kecepatan, transmisi (pada mobil), serta pengalaman berkendara.

c. *Career*

Segmen ini berisi berbagai jawaban dari hal-hal yang menjadi masalah dalam mengaktualisasikan diri sebagai seorang pekerja kantor. Biasanya artikel diisi dengan berbagai tips-tips untuk mereduksi berbagai macam permasalahan kantor maupun dalam memberi kenyamanan dalam bekerja.

d. *Dating*

Segmen ini ditujukan untuk pria-pria lajang yang sedang berusaha membangun komitmen dalam hubungannya. Artikel pada kolom ini diisi dengan seputar permasalahan pasangan muda yang belum terikat dengan solusi-solusi semacam "*Do & Don'ts*".

e. *Sex*

Segmen ini berisi bermacam-macam pengetahuan tentang dunia seksualitas. Apakah itu hubungannya dengan kendala-kendala berhubungan intim, maupun tips-tips agar dapat merasakan kepuasan seksual secara maksimal.

f. *Health*

Segmen ini berisi tentang isu-isu kesehatan yang sering dialami pria. Baik itu penyakit-penyakit kronis ataupun penyakit yang sering dialami oleh orang-orang sibuk dengan pengaturan pola makan yang tidak teratur.

g. *Culture*

Segmen ini mengetengahkan berbagai macam tinjauan pria dari sebuah kebudayaan. Pandangan hidup, cara hidup, pilihan hidup maupun kebiasaan tertentu dibahas dalam lingkup kultur.

h. *Business*

Segmen ini merupakan segmen yang memberikan inspirasi tentang peluang bisnis apa yang dapat menjadi sebuah manifestasi yang menjanjikan. Mulai dari cara mengolah bisnis tersebut, tata cara menjalankan bisnis, penyaluran produk, hingga keuntungan bisnis.

i. *Cuisine*

Segmen ini memberi suguhan lezat terhadap sebuah mahakarya yang berasal dari chef-chef ternama dunia, yaitu makanan restoran ternama di suatu negara.

j. *Celeb Columnist*

Segmen yang baru diadakan tahun 2009 ini memberi potret-potret yang tersembunyi (*candid*) mengenai lifestyle pria-pria metroseksual dari berbagai belahan dunia.

k. *Profile*

Segmen ini merupakan pemaparan dari tokoh-tokoh yang telah mendedikasikan dunianya pada ranah fashion yang disajikan dengan format seperti wawancara.

l. *Fashion Photography*

Segmen ini berupa gambar-gambar bidikan fotografer handal yang tidak akan lupa memasukkan unsur-unsur *fashion* dalam hasilnya. Foto-foto tersebut juga dilengkapi dengan penjelasan merk-merk apa saja yang dikenakan oleh model tersebut. Biasanya, terdapat pula segmen DAMAN Darling, yaitu *fashion photography* yang menampilkan bintang tamu wanita sebagai modelnya.

m. *Country*

Segmen ini membahas keunikan sebuah negara dengan segala macam tempat yang harus dituju ketika mengunjungi negara tersebut. Penjelasan di segmen ini sangat mendalam melalui rujukan peta hingga foto-foto eksklusif yang menggambarkan negara tersebut. Selain itu, pembaca juga disuguhkan info tentang transportasi menuju negara tersebut hingga tempat yang tepat untuk menginap.

n. *Guestbook*

Segmen ini berisi foto-foto kaum *socialite* maupun selebritas yang menghadiri sebuah event *fashion* berkelas di Jakarta maupun luar

Selain artikel-artikel di atas, majalah DAMAN juga memberikan halaman advertorial bagi pengiklan yang ingin mempromosikan produknya atau halaman khusus *subtitles* sebagai penerjemah ke Bahasa Indonesia untuk