

2. IDENTIFIKASI

2.1. Identifikasi Data Produk

2.1.1. Data Produk

Gracia adalah buletin yang diterbitkan oleh Gereja Kristen Indonesia (GKI Manyar) yang ditujukan untuk jemaat pemuda dan remajanya. Kantor Redaksi buletin Gracia berlokasi di Gereja Kristen Indonesia Jl. Manyar Tirtoasri VII/12 Surabaya. Gracia diterbitkan sebagai media informasi dan komunikasi Komisi Pemuda dan Remaja GKI Manyar. Edisi perdana Gracia terbit pada tahun 1991.

Latar belakang terbitnya Gracia adalah untuk memenuhi kebutuhan informasi jemaat. Fungsi utamanya adalah untuk mengenalkan dan mengakrabkan Komisi Pemuda dan Remaja dengan jemaat. Dahulu lahir dalam bentuk buletin sederhana. Sekarang lambat laun berubah menjadi seperti majalah. Pada awalnya Gracia terbit 2 bulan sekali, namun sekarang dalam perkembangannya Gracia hanya diterbitkan 4 bulan sekali sebanyak 300 eksemplar, yaitu pada bulan April, Agustus dan Desember.

Visi dan misi Gracia sangat penting artinya bagi pedoman jajaran redaksi dalam menjalankan tugasnya. Visi dan misi ini juga untuk menentukan pangsa pasar mana yang dituju oleh Gracia. Visi Gracia adalah :

- a. Sebagai media untuk penginjilan selain kotbah pada kebaktian dan persekutuan pemuda dan remaja di gereja.
- b. Sebagai media untuk pertumbuhan rohani jemaat.
- c. Corong bagi jemaat pemuda dan remaja.
- d. Menampung talenta pemuda dan remaja di bidang jurnalistik (penulis berita, reporter, ilustrator).

Misi Gracia adalah menjalin keakraban melalui informasi dan komunikasi agar jemaat bertumbuh kerohaniannya.

Gambaran spesifikasi teknis buletin Gracia adalah sebagai berikut:

Penerbit	: Komisi Pemuda dan Remaja GKI Manyar
Alamat Redaksi	: Jl. Manyar Tirtoasri VII/12 Surabaya
Percetakan	: Intra Logos
Bahasa	: Indonesia
Perihal isi	: Berisi rubrik-rubrik bersifat kerohanian dan menghibur.
Terbit	: April, Agustus dan Desember
Harga	: Dibagikan gratis
Jumlah halaman	: 40 halaman
Teknik cetak	: <i>Offset</i>
Ukuran	: 16 x 21 cm
Kertas	: Cover, kertas <i>art paper</i> 210 gr dicetak <i>full color</i> . Halaman isi, 40 halaman, menggunakan kertas HVS 80 gr dicetak satu warna (hitam).

Wilayah penerbitan : GKI Manyar.

Majalah Gracia dibagikan secara gratis kepada jemaat pemuda dan remaja GKI Manyar. Biasanya Gracia dibagikan pada saat acara persekutuan dan kebaktian selesai, yaitu persekutuan pemuda dan remaja, pada hari Sabtu dan kebaktian pemuda dan remaja pada hari Minggu pada bulan terbit.

Buletin Gracia dikelola sendiri oleh jemaat pemuda dan remaja GKI Manyar yang ditunjuk sebagai koordinator dan pengurus jurnalistik dari buletin Gracia. Koordinator atau pengurus jurnalistik, yang dalam lingkungan keorganisasian gerejawi disebut sebagai pelayan literatur, kepengurusan ini dipilih atau dilantik setiap 2 tahun sekali.

Pengurus Jurnalistik untuk periode 2000-2002 terdiri dari 2 orang koordinator dan 7 orang tim yang membantu jalannya proses produksi :

Koordinator : Devi Kandani
Sandy Kolongan

Tim : Lucy, Diana, Yenni, Ratih, Albert, Devy, Arifin

Sebagai majalah kerohanian Kristen, apabila dipetakan rubrik-rubrik¹ dalam Gracia berisi artikel, wawancara, humor, puisi dan berita/liputan yang bersifat penginjilan² (50%), pengajaran³ (20%), informasi (20%) dan serba-serbi (10%) yang kesemuanya mengandung nilai-nilai Kristiani, meliputi :

- a. Sajian Utama : Rubrik yang harus dan selalu ada pada tiap penerbitan Gracia.
 - ? Renungan, berisi tentang buah pikiran Kristiani (kisah Alkitab/ perumpamaan yang disertai ayat-ayat dari Alkitab) untuk dijadikan bahan renungan jemaat.
 - ? Refleksi, berisi tentang kisah yang menimbulkan kesadaran diri seseorang atau tulisan yang mengajak seseorang untuk berpikir/bercermin dari dirinya sendiri perihal topik yang dibaca.
 - ? Artikel, berisi tentang sebuah karangan nonfiksi tentang suatu masalah secara lengkap, dapat berupa opini atau pendapat dari penulis. Artikel bertujuan untuk menyampaikan gagasan dan fakta guna meyakinkan, mendidik, dan menawarkan pemecahan masalah, atau menghibur.
 - ? Liputan, berisi tentang laporan/berita suatu peristiwa yang terjadi di lingkungan pemuda dan remaja di GKI Manyar.
 - ? Cerpen, atau cerita pendek berisi cerita fiksi yang mengandung unsur-unsur pengajaran rohani.
 - ? Puisi, berisi puisi-puisi rohani dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris.
 - ? Humor, berisi cerita-cerita lucu.
 - ? Pesan-pesan, berisi tentang pesan tertulis yang disampaikan oleh masing-masing jemaat kepada jemaat.
 - ? Resensi, berisi tentang pendapat (komentar) tentang suatu buku atau kaset rohani yang ada di perpustakaan GKI Manyar.
- b. Sajian Pendukung : Rubrik tambahan yang tidak selalu dan harus ada pada tiap penerbitan Gracia.

¹ Rubrik adalah pembagian dalam sebuah media atau majalah, misal rubrik olah raga, rubrik opini, dan sebagainya.

² Penginjilan adalah sesuatu yang diberikan atau diinformasikan untuk orang yang belum mengenal Kristus.

³ Pengajaran adalah sesuatu yang diberikan atau diinformasikan untuk orang Kristen dan lebih ditekankan pada pertumbuhan iman/kerohanian.

- ? Agenda Pelayanan, berisi tentang jadwal kegiatan pelayanan Komisi Pemuda dan Remaja di GKI Manyar, seperti paduan suara, latihan band, dan sebagainya
- ? Polling, berisi tentang kajian pendapat para jemaat yang diprosentasikan dan diberi kesimpulan.
- ? Opini, berisi tentang pendapat yang disampaikan oleh seorang tokoh gereja atau jemaat.
- ? Musik, berisi teks lagu beserta notasi angka.
- ? Resep makanan, berisi tentang resep makanan-makanan kecil.

2.1.2. Tampilan Visual yang ada

2.1.2.1. Logo



Gambar 2.1.2.1. Logo Gracia

Gambar di atas merupakan gambar logo Gracia mulai dari awal periode penerbitan sampai sekarang (tahun 2002). Logo Gracia merupakan gabungan dari beberapa elemen, yaitu simbol-simbol kristiani, meliputi:

- a. Gambar domba pada logo Gracia adalah lambang *Agnus Dei*. *Agnus Dei* adalah bahasa latin dari *Lamb of God* atau Domba Allah. Domba dengan membawa panji atau salib, melambangkan kebangkitan Kristus mengalahkan kematian. Yohanes

Pembaptis menyatakan bahwa Yesus adalah Domba Allah yang membebaskan dunia dari dosa (Alkitab; Yohanes 1 : 29).⁴

b. Merpati adalah lambang roh kudus. (Alkitab: Matius 3:16 “Sesudah dibaptis, Yesus segera keluar dari air dan pada waktu itu juga langit terbuka dan Ia melihat Roh Allah seperti burung merpati turun ke atasNya,...”)

c. Daun Palem perlambang penyambutan akan kedatangan sang Mesias (Anak Domba Allah yaitu Yesus Kristus). (Alkitab : Matius 21:8, “Orang banyak yang sangat besar jumlahnya menghamparkan pakaiannya di jalan, ada pula yang memotong ranting-ranting dari pohon dan menyebarkannya di jalan.)

Elemen-elemen di atas ini kemudian disusun pada huruf kapital ‘g’ dan ‘racia’ dengan warna dasar hitam. Logo ini merupakan siratan dari visi, tujuan dan identitas Gracia, yaitu Kasih.

2.1.2.2. *Masthead*



Gambar 2.1.2.2. *Masthead*

Ket : atas-edisi tahun 1993, kiri bawah-edisi tahun 1995, kanan bawah-edisi tahun 2000-2002

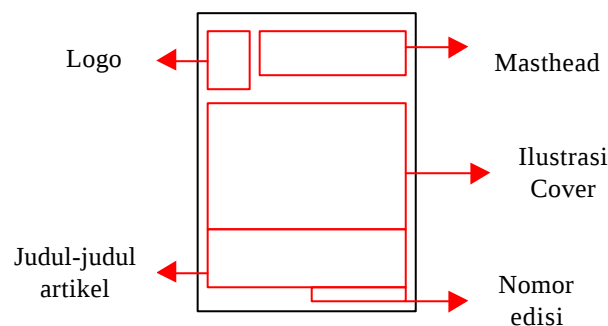
Masthead/nameplate adalah judul atau nama publikasi yang biasa ditampilkan pada halaman *cover*. Majalah Komisi Pemuda dan Remaja GKI Manyar ini bernama Gracia. Asal kata ‘gracia’ dari bahasa latin *gratia*. Gracia sendiri memiliki arti anugerah/kasih karunia, kasih karunia Yesus atas pengorbananNya di kayu salib untuk menebus dosa umat manusia.

Jenis huruf pada *masthead* (Lihat Gambar 2.1.2.2.) hampir selalu berubah tiap pergantian periode kepengurusan (tiap 2 tahun sekali). *Masthead* untuk

⁴ Symbol in Christian Art and Architecture, <http://home.att.net/~wegast/symbols/symbols.htm>

periode terakhir, yaitu periode kepengurusan 2000-2002 menggunakan *font/ tipe huruf Free frm 721 Blk BT*. Menurut koordinator jurnalistik yang menjabat mengatakan alasan pemilihan *font* ini adalah karena font *Free frm 721 Blk BT* tidak terlalu kaku dan berkesan *funky/dinamis*.

2.1.2.3. Cover



Gambar 2.1.2.3. *Layout Cover* standart edisi tahun 2000-2002

Cover adalah halaman terdepan dari sebuah media publikasi. *Cover* dari Gracia dicetak *full color/warna* separasi. Tidak memiliki warna khas, selalu berubah setiap edisinya.

Ilustrasi cover pada Gracia tidak berhubungan dengan judul-judul artikel yang ditampilkan pada cover. *Layout cover* menggunakan ilustrasi foto, penulisan judul-judul artikel pada *cover* menggunakan huruf-huruf yang beragam dan berwarna-warni.



Gambar 2.1.2.3. Cover dari tahun 1993 –2001

Ket : atas-edisi tahun 1993, kiri bawah-edisi tahun 1994, tengah bawah-edisi tahun 1995, kanan bawah-edisi tahun 2001

2.1.2.4. *Layout* halaman isi



Gambar 2.1.2.4. Standart *layout* halaman isi Gracia

Layout, yaitu proses ketrampilan dalam menyusun atau mengorganisasi unsur-unsur visual atau tata letak elemen-elemen secara seimbang dan harmonis

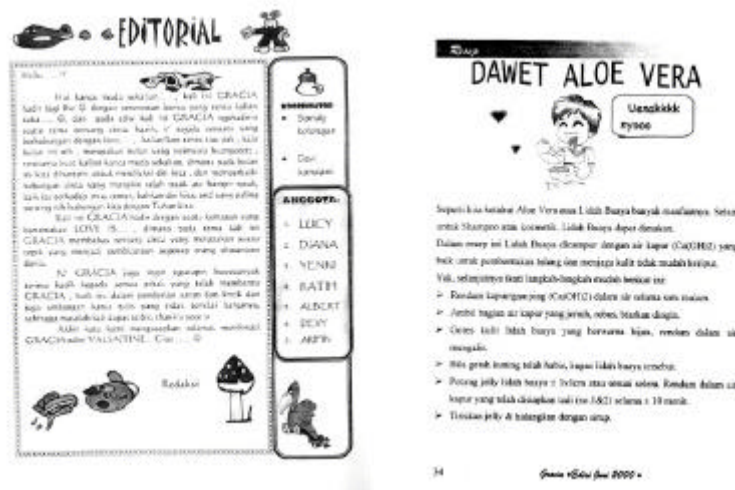
dalam sebuah bidang komposisi (halaman) sehingga terlihat sebagai satu kesatuan yang dinamis dan menarik. Menurut Graham Davis ada beberapa macam gaya layout yang biasa digunakan dalam menata halaman sebuah majalah, antara lain :

- a. *Conventional*, fokus/berat pada tulisan *bodycopy* dengan *headline* di pojok atas halaman dan ilustrasi pada akhir/bawah artikel.
- b. *Classic*, sederhana, menggunakan format 2 kolom dengan *headline* di atas tengah (*justify*) dan gambar/ ilustrasi disisipkan di antara 2 kolom.
- c. *Modern*, format *bodycopy* melebar, 1 kolom dengan ekstra *leading*, *letter spaced headline*, dan selain menggunakan ilustrasi/gambar gaya ini juga memakai elemen garis-garis tebal.
- d. *Technical, layout angular*⁵ (kaku, tegas) dengan menggunakan elemen garis untuk memisahkan kolom, banyak terdapat tempat kosong (*white space*), berkesan bersih dan tegas.
- e. *Aggressive*, *headline* yang bergaris bawah, teks dicetak bold, dengan gambar ilustrasi yang memenuhi halaman.
- f. *Juvenile*, *layout* yang penuh dengan teks dengan ukuran yang lebih besar dari biasanya dan juga gambar-gambar yang berukuran besar, memakai elemen garis.
- g. *Youthful*, bebas dalam penggunaan dan penataan teks dan gambar, *multi size headline* – ukuran judul yang besar dan permainan warna blok yang lebih berani.
- h. *Natural*, elegan, dengan *space* teks lebar, biasanya ilustrasi dibingkai oval.
- i. *Prestigious*, sederhana, sangat hati-hati dalam memanfaatkan ruang yang ada atau penggunaan *space* yang tidak terlalu boros dan berkesan rapi.

Menurut penggolongan yang dibuat oleh Graham Davis, maka penataan *headline*, *bodycopy*, ilustrasi tiap halaman artikel buletin Gracia secara umum menggunakan gaya konvensional dan *classic*⁶ (Lihat Gambar 2.1.2.4.), dan menggunakan *grid* 2 kolom saja dengan jarak antar kolom tidak menentu. Bagian isi dari Gracia hanya dicetak satu warna, yaitu warna hitam.

⁵ Angular dalam bahasa Indonesia berarti sudut lancip.

⁶ Quick Solutions to Great Layouts; Graham Davis; halaman 14



Gambar 2.1.2.4. Layout Halaman isi Gracia edisi Desember 2001

2.1.2.5. Font

Tipe huruf yang digunakan pada tiap rubriknya sangat beragam, bervariasi dan terdiri dari berbagai ukuran, baik *headline*⁷ maupun teks/*bodycopy*. Pemilihan huruf untuk tiap edisinya, baik *headline* maupun *bodycopy* tidak pernah sama.

2.1.2.6. Ilustrasi



Gambar 2.1.2.6. Ilustrasi komik Jepang dan *Clipart* pada Gracia

Gaya ilustrasi yang digunakan adalah gambar-gambar kartun, baik gambar kartun dari *clipart* maupun ilustrasi komik Jepang.

2.1.3. Karakteristik pembaca

Menurut hasil wawancara dengan koordinator Jurnalistik atau pemimpin redaksi Gracia, maka karakteristik target konsumen Gracia adalah :

Primer

a. Demografis

- ? Usia : Pemuda dan Remaja usia 13-27 tahun
- ? Jenis Kelamin : laki-laki dan perempuan
- ? Pendidikan : SMP, SMA, Perguruan Tinggi
- ? Pekerjaan : Pelajar, Mahasiswa
- ? Agama : Kristen Protestan
- ? Segmen : Semua golongan ekonomi

b. Psikografis

- ? Menyukai hal-hal/informasi-informasi yang baru
- ? Membaca sebagai kebutuhan pertumbuhan rohaninya dan sebagai pengetahuan
- ? Kepribadian ekstrovert; ramah, suka berteman, menyukai hal-hal yang berbau “kumpul-kumpul”.

c. Behavioral

Tingkah laku dipengaruhi dari pergaulan, dan kecenderungan untuk meniru teman-teman/lingkungan pergaulannya.

d. Geografis

Jemaat GKI Manyar

Sekunder

a. Demografis

- ? Usia : Pemuda dan remaja usia 11-24 tahun; Dewasa muda usia 24-34 tahun.
- ? Jenis Kelamin : laki-laki dan perempuan
- ? Pendidikan : SMP, SMA, Perguruan Tinggi
- ? Pekerjaan : Pelajar, Mahasiswa, Pegawai Swasta

⁷ *Headline* adalah judul artikel/bacaan, biasanya berupa teks terbesar pada suatu halaman.

- ? Status : Belum menikah
- ? Agama : Kristen Protestan
- ? Segmen : Semua golongan ekonomi

b. Geografis

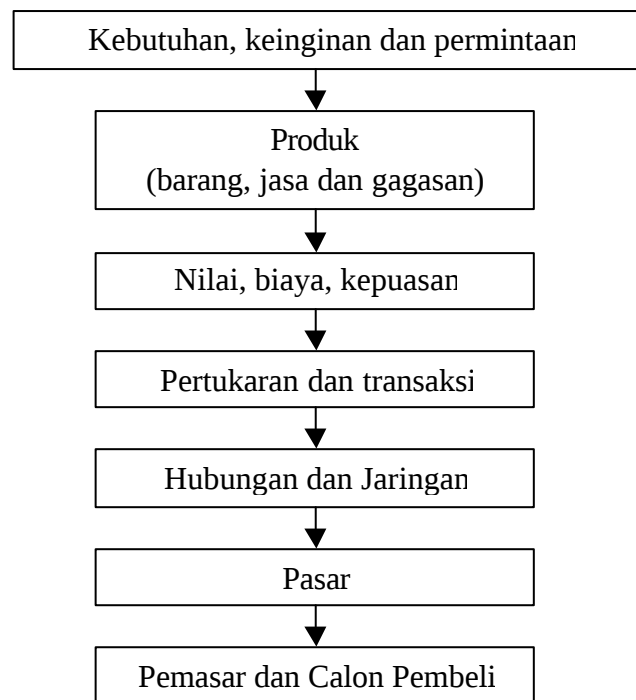
Semua orang yang beragama Kristen.

2.1.4. Potensi Produk

Gracia sebagai produk intern memiliki potensi produk yang sama dengan media massa pada umumnya. Namun untuk saat ini Gracia hanya lebih terbatas pada golongan/kalangan tertentu. Tapi hal tersebut tidak menutup kemungkinan bahwa Gracia berpotensi untuk berkembang menjadi lebih luas (dijual dan terbit dalam oplah banyak) atau paling tidak terbit sebagai majalah GKI Sinode wilayah Surabaya. Sama seperti halnya majalah Get Fresh yang berawal dari majalah gereja yang bersifat intern (Gereja Bethany) namun terus melebarkan sayapnya menjadi majalah Kristen yang dijual secara umum, yang memiliki pangsa pasarnya sendiri, yaitu untuk kalangan pemuda dan remaja yang beragama Kristen.

2.2. Data Pemasaran

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan. Produk sendiri terbagi atas 3 jenis, yaitu : barang fisik, jasa dan gagasan. Organisasi gereja menawarkan lebih sedikit barang fisik (anggur dan roti) dan lebih banyak jasa (kotbah, pelajaran, menyanyi, konsultasi) dan gagasan (persaudaraan). Sekalipun gereja adalah suatu organisasi yang berada dalam sektor organisasi nirlaba, namun dalam pelaksanaan setiap kegiatannya tetap menggunakan konsep inti pemasaran (Lihat Gambar 2.2.), namun suatu konsep inti pemasaran yang berwawasan sosial.



Gambar 2.2. Konsep inti pemasaran menurut Philip Kotler⁸

Dari bagan Konsep inti pemasaran Philip Kotler di atas, Gracia juga termasuk produk fisik yang dipasarkan. Gracia dipasarkan oleh GKI Manyar yang tingkat kepentingannya lebih bergantung pada jasa dan gagasan yang diberikan daripada kepemilikannya atau dengan kata lain Gracia adalah produk fisik GKI Manyar yang memberikan sarana jasa dan gagasan kepada jemaat, khususnya jemaat pemuda dan remaja.

2.2.1. Potensi Pasar

Menurut Buku Kehidupan Jemaat GKI Manyar 2001 potensi pasar Gracia adalah sesuai dengan jumlah pemuda dan remaja GKI Manyar. Data jemaat dihitung berdasarkan jumlah rata-rata jemaat pemuda dan remaja yang datang pada Kebaktian Pemuda dan Remaja hari Minggu pukul 7.00 WIB dan pukul 9.00 WIB, yaitu 103 orang. Jumlah tersebut belum termasuk jumlah jemaat usia pemuda dan remaja (13-27 tahun) yang tidak tercantum dalam Buku Kehidupan GKI Manyar 2001, yang tersebar pada 4 kali kebaktian umum di GKI Manyar.

⁸ Manajemen Pemasaran, 1997: 8.

Secara umum Gracia adalah media publikasi Kristen dan dikomunikasikan kepada orang-orang usia muda yang beragama Kristen yang juga adalah jemaat dari Gereja Kristen Indonesia Manyar, mayoritas berdomisili tinggal di kota Surabaya.

Apabila tampilan dan isi Gracia sudah memenuhi keinginan pasar pembacanya (jemaat GKI Manyar), maka permintaan terhadap Gracia diharapkan semakin meningkat, tidak hanya berlaku di Jemaat GKI Manyar, namun juga di GKI-GKI lain.

2.2.2. Posisi Produk

Buletin Gracia memposisikan dirinya sebagai media informasi dan komunikasi, suatu media penghubung antar jemaat usia pemuda dan remaja. Buletin Gracia adalah satu-satunya media komunikasi dan informasi milik pemuda dan remaja GKI Manyar yang berisi hal-hal seputar kegiatan kepemudaan dan artikel-artikel untuk pemuda dan remaja yang dibawakan dalam gaya bahasa anak muda. Gracia berbeda dengan Majalah Berkah yang dikemas dengan tampilan dan gaya bahasa yang formal.

2.2.3. Pesaing

Menurut Philip Kotler ada empat tingkat persaingan, berdasarkan tingkat substitusi produk (1997: 20) :

- a. Persaingan merek: Terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah perusahaan lain yang menawarkan produk dan jasa yang serupa pada pelanggan dengan harga yang sama.
- b. Persaingan industri: Terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah semua perusahaan yang membuat produk atau kelas produk yang sama.
- c. Persaingan bentuk: Terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah semua perusahaan yang memproduksi produk yang memberikan jasa yang sama.

- d. Persaingan generik: Terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah semua perusahaan yang bersaing untuk mendapatkan rupiah konsumen yang sama.

Dalam hal ini kompetitor dipilih berdasarkan persaingan bentuk yaitu produk yang memberikan jasa yang sama kepada pasar, jasanya adalah memberikan informasi, pengajaran (renungan, refleksi), serta gagasan (persaudaraan, penyelamatan) tentang hal-hal yang bersifat religius agama Kristen. Selain pesaing yang dipilih berdasarkan pembedaan oleh Philip Kottler, pesaing juga dipilih berdasarkan kompetitor yang cukup berpengaruh di mata jemaat, sesuai dengan hasil kuesioner yang telah disebar, antara lain :

a. Get Fresh

Majalah Kristen Protestan dengan pangsa pasar kalangan muda-mudi Kristen di seluruh Indonesia, terbit 1 bulan sekali, dijual secara umum di toko-toko buku Kristen dengan harga Rp 6.850,00 dan terbit dengan 66 halaman dengan ukuran majalah 27,5 x 20,5 cm. Kualitas majalah ini dilihat dari perwajahan dan *layout* isi, hampir sama dengan kualitas majalah pada umumnya (contoh : majalah Gadis, Kawanku, dan sebagainya), yaitu ada halaman-halaman warna. Media promosi yang digunakan majalah Get Fresh selama ini adalah poster, *web* sebagai media *online*-nya.

b. Majalah Berkat

Majalah Kristen GKI sinode Jatim, untuk kalangan jemaat GKI se-Jawa Timur untuk usia umum/dewasa (34 tahun ke atas). Majalah ini dibagikan secara cuma-cuma kepada jemaat, berisi tentang seputar kegiatan gereja-gereja GKI se-Jawa Timur dan artikel-artikel tentang pengajaran religius oleh para tokoh agama dan sosial Kristen. Terbit 3 bulan sekali, tampil dengan ukuran 29,3 x 21 cm, 40 halaman, diselingi dengan halaman-halaman warna. Ada halaman khusus bagi pengiklan. Majalah Berkat tidak memiliki media promosi.

Kompetitor dari Gracia juga dipilih berdasarkan persaingan generik, adalah sebagai berikut :

- a. Laksana adalah buletin pemuda dan remaja GKI Residen Sudirman Surabaya.

- b. Eklesia adalah majalah Komisi Pemuda dan Remaja GKI Diponegoro, dengan format ukuran ½ folio.
- c. Satelit Pos adalah buletin pemuda dan remaja GKI Darmo Satelit dengan ukuran A4, 12 halaman, seluruh materi kertas *art paper* 150 gram.
- d. Gospel adalah buletin GKI Sidoarjo dengan ukuran ½ folio, materi kertas HVS 70 gram.

2.2.4. Sarana Komunikasi Visual

Selama ini promosi Gracia hanya sebatas pengumuman secara lisan pada hari Sabtu (persekutuan doa) dan hari Minggu (kebaktian), yang diumumkan pada saat Gracia terbit. Gracia tidak memiliki sarana promosi lain, sehingga banyak sekali jemaat yang tidak tahu kapan Gracia terbit atau bahkan tidak tahu keberadaan Gracia.

2.3. Analisis Data

2.3.1. Tinjauan teoritis analisis

Analisa komparatif adalah dengan cara membandingkan suatu produk dengan produk kompetitor. Dengan melihat perbandingan ini, karakteristik produk dapat ditingkatkan kualitas dan pelayanannya dalam memuaskan konsumennya. Perbandingan dilihat dari pemberian jasa yang sama yang diberikan oleh produk, yaitu sama-sama memberikan informasi, pengajaran (renungan, refleksi), serta gagasan (persaudaraan, penyelamatan) tentang hal-hal yang bersifat religius agama Kristen.

Metode analisa SWOT adalah sebuah studi analisa mengenai kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), kesempatan (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang berpengaruh kuat terhadap keberhasilan promosi dari suatu produk, pelayanan jasa/perusahaan (William Wells, John Burnett, Sandra Moriarty, 1995:

647). Metode SWOT digunakan dalam penelitian ini untuk memilah data-data penting untuk mengevaluasi posisi internal perusahaan sehubungan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dibandingkan dengan kesempatan dan ancaman dari luar perusahaan. Selain itu untuk menemukan apa yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan untuk memberikan yang terbaik kepada konsumen dalam setiap segmen pasar yang sudah ditentukan dimana perusahaan tersebut akan bersaing. Tujuan dari metode SWOT ini adalah untuk mengidentifikasi trend, kekuatan dan keadaan yang mempunyai pengaruh kuat dalam perumusan dan pelaksanaan strategi pemasaran sebuah perusahaan. SWOT dari Buletin Gracia berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner adalah sebagai berikut :

a. *Strength* (kekuatan)

- ? *Product benefit*: media komunikasi dan informasi dari dan untuk pemuda dan remaja di GKI Manyar.
- ? Segmentasi dan penyajian isi untuk kebutuhan Komisi Pemuda dan Remaja GKI Manyar

b. *Weakness* (kelemahan)

- ? Kualitas tampilan desain yang kurang jika dibandingkan dengan produk kompetitor. Tampilan *cover* produk kompetitor yang dilapisi UV, serta penggunaan warna pada tiap halaman.
- ? Rubrik yang dibahas kurang mendalam
- ? Kurang komunikatif, sehingga tidak ada *sense of belonging* dari jemaat pemuda dan remaja GKI Manyar
- ? Keterbatasan halaman
- ? Logo dan *masthead* yang tidak konsisten, berubah setiap pergantian kepengurusan.
- ? Kurang berpromosi, banyak jemaat yang tidak tahu keberadaan Gracia.
- ? Jangka penerbitan yang lama, yaitu 4 bulan.

c. *Opportunities* (kesempatan)

- ? Kesempatan untuk menjadi alternatif bacaan untuk pemuda dan remaja Kristen, karena selama ini majalah untuk konsumsi pemuda dan remaja Kristen hanya ada Majalah GetFresh.

d. *Threat* (ancaman)

- ? Merupakan majalah yang diterbitkan untuk intern, bukan majalah yang diterbitkan secara profesional untuk khalayak umum.
- ? Kompetitor lebih *awarness*, dan lebih menarik perhatian konsumen secara visual dan isi, selain juga karena kompetitor sudah terkenal.

2.3.2. Kesimpulan analisis data

Tampilan Gracia kurang menarik jika dibandingkan dengan kompetitor yang ada, baik dilihat dari tampilan luar dan dalam maupun kualitas/ format penyajian kompetitor yang lebih *lux*, yaitu dengan *cover* yang dilapisi UV dan penggunaan warna pada tiap halaman. Artikel-artikel pada Gracia tidak dibahas secara mendalam, dan kurang dirangkum secara menarik.

Penampilan Gracia perlu diperbaiki agar mampu menarik perhatian dan minat pembacanya.