



INTISARI

Tugas akhir ini bertujuan untuk mengelaborasi karakteristik peran, nilai berita, dan desain dari salah satu media komunikasi massa yaitu majalah yang diterbitkan oleh Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia (Kemlu RI) tepatnya Direktorat Jenderal Kerja Sama ASEAN (Association of Southeast Asian Nations) yang berjudul Majalah Masyarakat ASEAN. Majalah tersebut ada sebagai platform untuk lebih memberikan transparansi terkait kebijakan luar negeri Indonesia di ASEAN dan membangun identitas ASEAN. Selain mengelaborasi karakteristik dari Majalah Masyarakat ASEAN, disajikan juga elaborasi menggunakan Formula Lasswell.

Penulis berkesempatan menjalani program magang di Direktorat Jenderal Kerja Sama ASEAN, Kemlu RI selama satu bulan dari tanggal 1 Maret sampai dengan 31 Maret 2017. Selama magang, penulis mendapatkan akses untuk memperoleh data melalui observasi dan wawancara. Setelah itu, penulis mengkaji ide dari Dr. Elvinaro Ardianto, M.Si., Dra. Lukiati Komala, M.Si., Dr. Siti Karlinah, M.Si., Nita Andrianti, S.IP., M.A., Isti Nursih Wahyuni, A. Muis, Denis McQuail, Sven Windahl, Jay Black, dan Frederick C. Whitney untuk mendukung pembahasan mengenai komponen-komponen komunikasi massa serta sumber-sumber tertulis lainnya yang penulis dapatkan dari internet sebagai pelengkap pembahasan.

Kesimpulan dari tugas akhir ini adalah Majalah Masyarakat ASEAN mengambil peran sebagai satu media promosi untuk mempromosikan Masyarakat ASEAN kepada khalayak di Indonesia baik dalam bentuk cetak maupun digital. Dengan mengelaborasi karakteristik Majalah Masyarakat ASEAN menggunakan Formula Lasswell, terjawab bahwa dalam upayanya mempromosikan isu-isu terkait perkembangan ASEAN, Majalah Masyarakat ASEAN memenuhi komponen-komponen dari proses komunikasi yang di antaranya berupa majalah sebagai *channel* atau media promosi serta efek yang didapat khalayak dari membaca Majalah Masyarakat ASEAN yakni mudahnya akses dalam mendapatkan pengetahuan mengenai ASEAN. Kendati demikian, tim Majalah Masyarakat ASEAN masih perlu memasifkan pendistribusian majalah cetaknya ke wilayah-wilayah di Indonesia yang lebih luas lagi agar lebih banyak masyarakat Indonesia yang mendapatkan akses lebih mudah dan terbuka mengenai informasi terkait isu-isu ASEAN.

Kata kunci: media promosi, media komunikasi massa, majalah, Masyarakat ASEAN, Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia



ABSTRACT

This graduating paper aims to elaborate the role, news value, and design characteristics of one of mass communication media which is a magazine that is published by Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Indonesia (shortened as MFA of Indonesia) specifically Directorate General of ASEAN (Association of Southeast Asian Nations) Cooperation entitled *Majalah Masyarakat ASEAN*. The magazine is considered as a pivotal platform to give more transparency on Indonesia's foreign policy in ASEAN and develop ASEAN identity. Besides elaborating its characteristics, it is also provided the transformation of *Majalah Masyarakat ASEAN* into The Lasswell Formula.

The writer conducted an internship program for a month at Directorate General of ASEAN Cooperation, MFA of Indonesia from 1 March to 31 March 2017. During the internship, the writer got an access to obtain the data through observation and interview. Afterwards, the writer extends the idea of Dr. Elvinaro Ardianto, M.Si., Dra. Lukiati Komala, M.Si., Dr. Siti Karlinah, M.Si., Nita Andrianti, S.IP., M.A., Isti Nursih Wahyuni, A. Muis, Denis McQuail, Sven Windahl, Jay Black, Frederick C. Whitney, and other written sources as well which the writer got from the Internet to support the explanation.

This paper concludes that *Majalah Masyarakat ASEAN* takes a role as one promotion media to promote ASEAN Community to Indonesian people both in print and digital version. By elaborating the characteristics of *Majalah Masyarakat ASEAN* using the Lasswell Formula, it can be concluded that in its effort on promoting ASEAN development issues, *Majalah Masyarakat ASEAN* has the elements needed for a communication process. Some of the elements are a magazine as the channel or promotion media and giving an effect to the target audiences which is gaining easy access in updating knowledge about ASEAN. Yet, *Majalah Masyarakat ASEAN* team still needs to distribute the print magazine more massively to more regions in Indonesia so that the number of Indonesian people who can get more open and easier access to the ASEAN issues increase.

Keywords: promotion media, mass communication media, magazine, ASEAN Community, Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Indonesia