



## Proposal Konsep & Bisnis

# THE LEADERS MAGAZINE

Dipresentasikan oleh:

**Dr. Dadang Solihin, SE., MA**

**Ayub Laksono, Ir., MA.**

**Taru J. Wisnu**

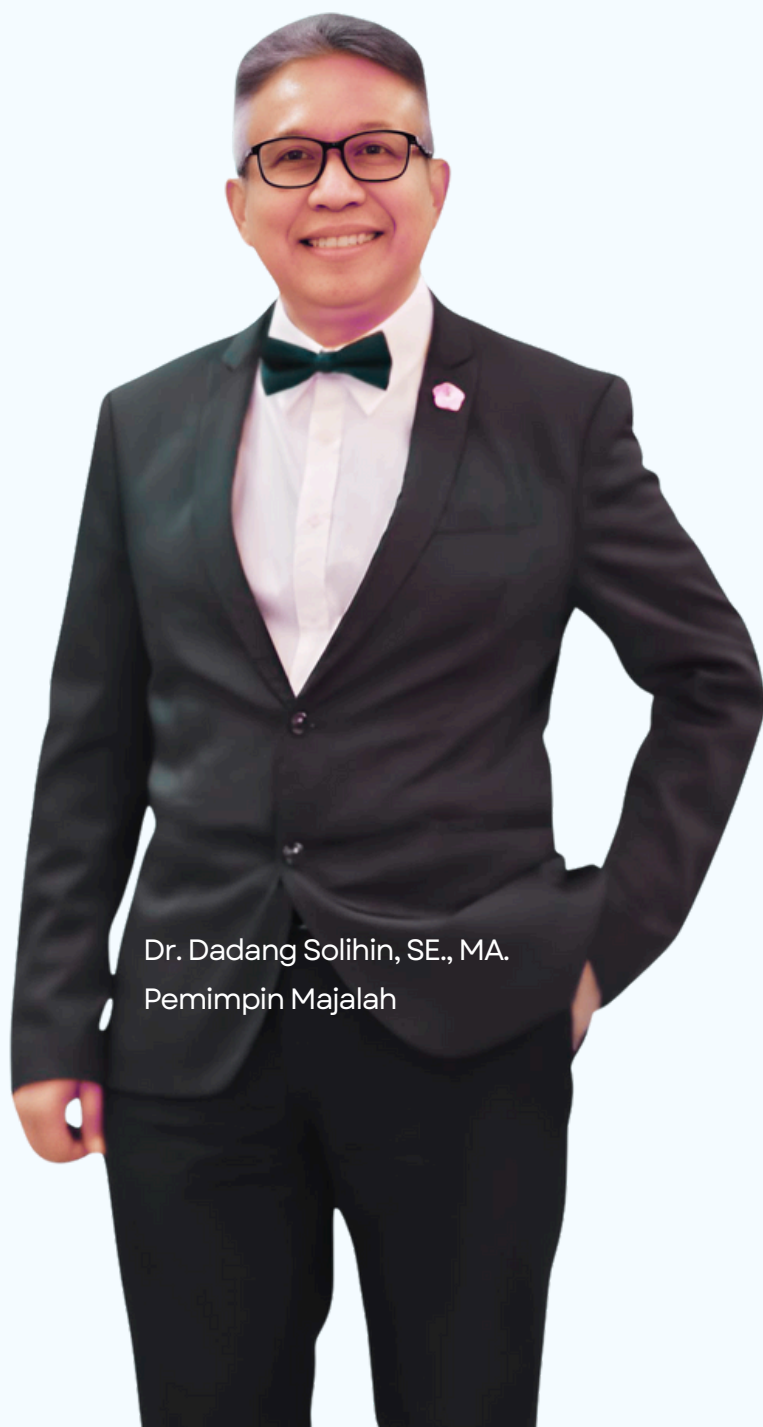
11 Januari 2026

THE LEADERS didirikan sebagai ruang kepemimpinan yang bermartabat untuk merekam, merawat, dan menyebarluaskan gagasan, keputusan, serta nilai-nilai kepemimpinan yang bekerja nyata bagi masyarakat. Media ini hadir untuk memperkuat kualitas kepemimpinan publik melalui refleksi strategis, integritas editorial, dan kedalaman pemikiran.

Didistribusikan secara eksklusif kepada para pengambil keputusan tingkat tinggi, THE LEADERS berperan sebagai medium dialog strategis yang mendorong kepemimpinan yang berorientasi pada tanggung jawab, keberlanjutan, dan kemaslahatan bangsa.

Ke depan, THE LEADERS dikembangkan sebagai platform kepemimpinan berkelanjutan yang menjaga kepercayaan, membangun warisan nilai, serta berkontribusi nyata bagi masa depan Indonesia.

### Those Who Lead.



Dr. Dadang Solihin, SE., MA.  
Pemimpin Majalah



## Daftar Isi

Pengantar	03
Visi & Misi	05
Karakter Editorial	06
Versi print	07
Produksi & Distribusi	08
Rubrikasi	09
Iklan	13
Partnership Strategis	14
Event	14
THE LEADERS Award	15
Website THE LEADERS	16
Rate Card Iklan	17
Tim Kami	19

# Pengantar



THE LEADERS adalah majalah premium yang berangkat dari satu keyakinan utama: kepemimpinan yang paling menentukan masa depan bangsa justru bekerja paling dekat dengan masyarakat.

*“Sebagian besar keputusan yang paling berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat Indonesia diambil di tingkat daerah”.*

Di Indonesia, para Bupati, Walikota, dan Gubernur memegang peran strategis dalam mengelola wilayah, manusia, sumber daya, dan harapan. Mereka adalah pengambil keputusan yang berhadapan langsung dengan realitas—bukan di balik konsep, tetapi di lapangan.

THE LEADERS hadir untuk menampilkan kepemimpinan tersebut apa adanya: reflektif, bertanggung jawab, dan berdampak. Bukan sebagai media pencitraan, melainkan sebagai ruang narasi yang berwibawa dan berkelas, yang mempertemukan kepemimpinan Indonesia dengan audiens nasional dan internasional.

Dengan tagline **Those Who Lead**, majalah ini tidak menjelaskan siapa pemimpin itu, **THE LEADERS** menunjukkannya.

THE LEADERS diposisikan sebagai platform kepemimpinan Indonesia berkelas dunia dengan karakter editorial quiet power—tenang, presisi, dan berwibawa.

Pendekatan editorial mengusung leadership-driven storytelling: narasi yang berfokus pada keputusan, nilai, dan dampak, bukan sekadar profil atau pencapaian.

Setiap konten dikurasi secara ketat, ditulis untuk relevansi jangka panjang, dan disajikan dengan standar visual tinggi.

THE LEADERS tidak dirancang sebagai bacaan konsumsi cepat, melainkan sebagai artefak editorial—dibaca perlahan, direnungkan, dan disimpan.



Versi cetak THE LEADERS merupakan fondasi utama otoritas platform ini. Ia dirancang sebagai prestige editorial artifact—bukan media massal, melainkan medium kehadiran, legitimasi, dan pengaruh.

**Distribusi THE LEADERS dilakukan secara eksklusif dan presisi, dengan pengiriman langsung ke meja dan ke tangan para pengambil keputusan tingkat tinggi. Pembaca THE LEADERS mencakup Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia, para Menteri dan Wakil Menteri, Kepala Lembaga Negara, pejabat strategis pemerintahan, para Gubernur, Bupati, dan Walikota, serta para Duta Besar negara sahabat di Indonesia dan Duta Besar Republik Indonesia di luar negeri.**

Selain itu, majalah ini juga didistribusikan kepada para Rektor perguruan tinggi negeri dan swasta terkemuka, direksi dan komisaris BUMN, pimpinan perusahaan nasional berskala besar, serta CEO dan pimpinan perusahaan multinasional dan internasional yang beroperasi di Indonesia, termasuk tokoh-tokoh nasional lintas sektor.

Dengan pendekatan ini, nilai utama THE LEADERS tidak terletak pada jumlah pembaca, melainkan pada ketepatan sasaran pembaca. Setiap eksemplar hadir di lingkungan strategis tempat kebijakan dirumuskan, investasi diputuskan, dan arah masa depan ditentukan.

# visi & Misi

## Visi

Menjadi platform kepemimpinan Indonesia yang berkelas dunia, merekam gagasan, keputusan, dan dampak nyata para pemimpin bagi masyarakat dan masa depan bangsa.

## Misi

1. Menyajikan kisah kepemimpinan yang autentik, reflektif, dan berdampak.
2. Mengangkat praktik terbaik pembangunan, inovasi kebijakan, dan tata kelola daerah.
3. Menjadi jembatan narasi antara pemimpin Indonesia dan audiens nasional serta internasional.
4. Memberikan penghargaan atas kinerja kepala daerah yang menunjukkan kepemimpinan berintegritas, kebijakan berdampak nyata, dan kontribusi strategis bagi kemajuan daerah serta ketahanan nasional.



# Positioning dan karakter Editorial

THE LEADERS diposisikan sebagai majalah kepemimpinan Indonesia berkelas dunia, yang berbicara dengan nada tenang namun berotoritas.

---

Nama: THE LEADERS

Tagline: Those Who Lead

Karakter: Quiet power, elegan, intelektual, reflektif

Pendekatan Editorial: Leadership-driven storytelling

Fokus Narasi: Keputusan, nilai, dan dampak kepemimpinan

Bahasa: Bahasa Inggris

Format Media: Print dan Website , social media

---

THE LEADERS tidak mengejar kecepatan berita, tidak pula terjebak pada jargon birokrasi. Majalah ini berfokus pada kualitas gagasan, kedalaman refleksi, dan kekuatan visual sebagai medium kepercayaan.

---

# Versi Print (Majalah cetak)

Versi cetak THE LEADERS merupakan fondasi utama identitas majalah. Ia dirancang bukan sebagai media konsumsi cepat, melainkan sebagai prestige editorial artifact— majalah yang disimpan, dirujuk, dihargai dan juga sebagai **simbol otoritas, alat positioning, dan pintu masuk relasi strategis.**

## Konsep Editorial Print

THE LEADERS versi cetak mengusung pendekatan slow journalism dengan standar visual tinggi dan kurasi konten ketat. Prinsip utama:

- Setiap edisi memiliki tema besar yang jelas.
- Konten ditulis untuk relevansi jangka panjang.
- Foto dan desain menjadi bagian dari narasi, bukan pelengkap.

Majalah ini dirancang untuk dibaca perlahan, direnungkan, dan disimpan.

## Nilai Strategis Versi Print

Versi print memberikan nilai yang tidak dapat digantikan oleh media digital:

- Trust & Authority: media cetak premium meningkatkan kredibilitas figur dan institusi .
- Tactile Experience: pengalaman fisik yang menciptakan kesan eksklusif .
- Symbolic Value: menjadi artefak representasi kepemimpinan.

Bagi pengiklan dan mitra, tampil di THE LEADERS versi cetak berarti berasosiasi dengan reputasi, bukan sekadar eksposur.

01

02

# Produksi & Distribusi

## Produksi

Versi print diproduksi secara terbatas dengan kontrol kualitas tinggi.

## Karakter produksi:

- Kertas premium
- Finishing elegan
- Visual dominan
- Tipografi bersih dan berkelas



## Distribusi

### Distribusi eksklusif:

- Pengambil keputusan nasional (Presiden dan Wakil Presiden, Menteri & Wakil menteri, Pimpinan Lembaga, Dirjen).
- Pemimpin daerah (Gubernur, Walikota & Bupati).
- Dutabesar. Diplomat dan Perwakilan Lembaga Internasional.
- Dutabesar Indonesia di luar negeri.
- Eksekutif bisnis Nasional, BUMN & Multinasional

Distribusi terbatas ini memastikan setiap eksemplar THE LEADERS didistribusikan secara eksklusif kepada para pengambil keputusan tingkat tinggi, langsung ke tangan mereka, sehingga majalah ini bukan sekadar bacaan, melainkan medium kehadiran, legitimasi dan pengaruh.

# Rubrikasi

Rubrikasi THE LEADERS dirancang untuk membangun alur membaca yang reflektif, berwibawa dan berkelas, mengajak pembaca memahami kepemimpinan dari berbagai sudut: personal, sosial, kebijakan, hingga global.

## A. WELCOME – Editorial Pembuka

Rubrik pembuka yang menetapkan nada, tema besar, dan perspektif edisi. Karakter: reflektif, tenang, visioner.

### Fungsi:

- Menyampaikan benang merah edisi.
- Mengontekstualisasikan isu kepemimpinan yang diangkat.
- Mengarahkan pembaca memasuki narasi utama majalah

### Contoh konten:

- *“Leadership Close to Reality”*
- *“Why Leadership Matters More Than Ever”*

## B. WORD OF MOUTH – Insight, Opini & Figur

Kumpulan artikel pendek yang dinamis, tajam, dan relevan, menjadi jeda intelektual di antara feature panjang.

### Sub-rubrik potensial:

- Opinion – pandangan singkat tentang kepemimpinan, kebijakan, atau pembangunan
- Figure – kutipan, wawancara singkat, atau esai dari tokoh nasional dan internasional (diplomat, pemimpin bisnis, pemikir)

### Contoh konten:

- *“What Makes a Leader Trusted”*
- *“A Diplomat’s View on Indonesia’s Local Leadership”*

01

02

### C. THE LEADERS – Wawancara Mendalam

Rubrik inti majalah yang menampilkan Bupati, Walikota, dan Gubernur sebagai pemimpin nyata

#### Pendekatan:

- Naratif dan reflektif
- Fokus pada keputusan, nilai, dan dampak
- Minim jargon administratif

#### Struktur umum:

- Latar kepemimpinan
- Tantangan nyata di lapangan
- Keputusan penting
- Refleksi personal

#### Contoh judul:

- “Leading Beyond the Office”
- “Decisions That Shape Millions of Lives”

### D. GLOBAL – Isu Dunia & Relevansinya

Membaca isu global dari sudut pandang kepemimpinan dan dampaknya bagi Indonesia.

#### Tema potensial:

- Perubahan iklim
- Transformasi digital
- Ekonomi global
- Ketahanan pangan dan energi

#### Contoh judul:

- “Global Challenges, Local Leadership”
- “Why the World’s Issues Are Decided Locally”

## E. PLACES & PEOPLE – Wilayah, Budaya & Masyarakat

Rubrik PLACES & PEOPLE menampilkan konteks kepemimpinan secara utuh: ruang hidup, budaya, sejarah, dan masyarakat yang membentuk sekaligus dipimpin oleh para leaders.

Rubrik ini menegaskan bahwa kepemimpinan tidak pernah lahir di ruang hampa. Ia tumbuh dari tempat, nilai, tradisi, dan manusia yang hidup di dalamnya.

### Fungsi Editorial:

- Menunjukkan hubungan timbal balik antara pemimpin dan wilayah yang dipimpinnya.
- Menghadirkan wajah kepemimpinan yang manusiawi, membumi, dan kontekstual.
- Memperkuat narasi bahwa kebijakan dan keputusan berakar pada realitas sosial dan budaya.

### Ruang Lingkup Konten:

- Lanskap alam dan ruang hidup masyarakat.
- Tradisi, budaya lokal, dan ekspresi sosial .
- Kehidupan sehari-hari warga dan dinamika komunitas.
- Jejak sejarah yang membentuk karakter wilayah.

### Contoh Judul & Angle Konten:

- “A Region That Shapes Its Leader” - bagaimana karakter wilayah membentuk gaya kepemimpinan
- “People, Culture, and the Spirit of Place” – potret masyarakat dan nilai yang hidup di dalamnya
- “Living with the Land” – relasi manusia, alam, dan kepemimpinan
- “Where Leadership Begins” – kisah kepemimpinan yang berakar dari komunitas

## F. ANALYSIS – Perspektif Profesional & Pemikir

Rubrik ANALYSIS merupakan pilar intelektual THE LEADERS. Di bagian ini, majalah menghadirkan pemikiran yang konsisten, mendalam, dan berkelanjutan melalui tiga rubrik tetap yang ditulis oleh para pemikir dan praktisi berpengalaman.

Rubrik ini dirancang untuk memberikan kedalaman analitis, kerangka berpikir, dan kontinuitas gagasan bagi pembaca, khususnya para pengambil keputusan tingkat tinggi.

Selain rubrik tetap, ANALYSIS juga akan dilengkapi dengan kontributor Internasional dan penulis tamu (guest contributors) yang dipilih secara selektif untuk memperkaya perspektif dan menjaga relevansi isu lintas sektor.

### Rubrik tetap ANALYSIS:

#### 1. Kebijakan Publik yang Berpihak kepada Publik

Oleh: Dr. Dadang Solihin, SE., MA.

- Membahas arah, tantangan, dan praktik kebijakan publik yang benar-benar berorientasi pada kepentingan masyarakat.
- Rubrik ini mengulas kebijakan dari sudut pandang keberpihakan, efektivitas, dan dampaknya terhadap kehidupan publik.

#### 2. Strategi Pengembangan Fiskal Daerah

Oleh: Ir. Ayub Laksono, MA.

- Mengulas strategi fiskal daerah secara komprehensif, mulai dari pengelolaan pendapatan, belanja daerah, hingga inovasi pembiayaan pembangunan.
- Rubrik ini menjadi referensi strategis bagi pemimpin daerah dalam menjaga keberlanjutan fiskal.

#### 3. Leadership Agility

Oleh: Taru J. Wisnu.

- Membahas kepemimpinan adaptif dalam menghadapi perubahan sosial, ekonomi, dan global.
- Rubrik ini menekankan ketangkasan berpikir, kecepatan mengambil keputusan, dan kemampuan pemimpin dalam merespons kompleksitas zaman.

# Iklan

Iklan dan Partnership strategis merupakan pilar utama pendapatan THE LEADERS, dengan pendekatan selektif dan berbasis reputasi.

Pendapatan iklan diperoleh dari:

**A. Sektor Bisnis Daerah:** pelaku usaha, BUMD, dan ekosistem industri dari wilayah yang ditampilkan.



**B. Iklan Berbasis Rubrik:** sponsorship tematik yang relevan dengan konteks editorial (bisnis, investasi, pariwisata, infrastruktur, energi, teknologi, dan budaya).



**C. Iklan Umum Premium:** perbankan, properti, otomotif, energi, teknologi, hospitality, dan brand yang menysasar segmen elite.



Pendekatan ini memastikan iklan tidak mengganggu kredibilitas editorial, tetapi justru memperkuat ekosistem narasi kepemimpinan dan pembangunan.

01

02

# Partnership Strategis

THE LEADERS membuka ruang kemitraan jangka menengah dan panjang dengan berbagai pihak.

Bentuk partnership meliputi:

- Co-branding edisi khusus
- Strategic content partnership
- Institutional partnership
- Corporate & brand collaboration

Partnership dirancang untuk menciptakan nilai bersama tanpa mengorbankan independensi editorial.

## Event Offline & Online

Selain sebagai media cetak, THE LEADERS berfungsi sebagai convening platform—ruang pertemuan strategis bagi para pemimpin, pelaku usaha, dan pemangku kepentingan. Rangkaian **event offline** dirancang eksklusif, terbatas, dan bernilai tinggi, meliputi:

- Dinner Meeting
- Breakfast Meeting
- Forum & Seminar Kepemimpinan
- Business Meeting & Business Matching
- Leaders Meeting
- **THE LEADERS Award**

Sebagai pelengkap versi cetak dan event offline, THE LEADERS mengembangkan aktivitas digital. Bentuk kegiatan:

- Seminar online
- Diskusi tematik virtual
- Peluncuran laporan atau edisi khusus

Event online memungkinkan jangkauan audiens internasional dengan biaya efisien dan skalabilitas tinggi.

# THE LEADERS Award

THE LEADERS Award adalah ajang apresiasi tahunan yang diberikan kepada para pemimpin daerah yang menunjukkan kepemimpinan berintegritas, keberanian mengambil keputusan, serta kebijakan yang berdampak nyata bagi masyarakat dan ketahanan nasional.

Berbeda dari ajang penghargaan populer, THE LEADERS Award tidak menilai kepemimpinan dari popularitas atau pencitraan, melainkan dari nilai, keputusan, dan dampak. Penghargaan ini diberikan kepada para kepala daerah yang mampu memimpin dengan visi jangka panjang, menjaga kepercayaan publik, serta menghadirkan perubahan yang dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat.



## THE LEADERS Award bertujuan untuk:

- Memberikan apresiasi institusional kepada pemimpin daerah berprestasi.
- Mendorong praktik kepemimpinan yang berintegritas, akuntabel, dan berdampak.
- Menjadi referensi kepemimpinan daerah yang kredibel di tingkat nasional dan internasional.
- Membangun ekosistem kepemimpinan yang saling belajar dan menginspirasi.

## Kategori Penghargaan

Kategori penghargaan disusun secara selektif untuk mencerminkan berbagai dimensi kepemimpinan daerah, antara lain:

- Kepemimpinan Berintegritas
- Kebijakan Publik Berdampak Nyata
- Inovasi Pelayanan Publik
- Kepemimpinan Kolaboratif
- Ketangguhan Menghadapi Krisis
- Kepemimpinan Berbasis Pembangunan Berkelanjutan

Kategori dapat berkembang sesuai dengan konteks dan tantangan kepemimpinan yang relevan pada setiap tahun penyelenggaraan.

## Tim Penilai

Tim penilai terdiri dari unsur pemikir kebijakan, akademisi, praktisi, dan tokoh berpengalaman yang memiliki rekam jejak dan kredibilitas di bidang kepemimpinan, tata kelola pemerintahan, dan pembangunan. Dengan pendekatan ini, THE LEADERS Award menjaga makna penghargaan sebagai pengakuan reputasional yang bernilai tinggi.

# Website THE LEADERS



Website THE LEADERS dirancang untuk membangun otoritas kepemimpinan, arsip pemikiran, dan koneksi berkelanjutan antara pemimpin, pemangku kepentingan, dan audiens internasional

## Tujuan Strategis

Website THE LEADERS memiliki beberapa tujuan utama:

- Menjadi etalase global kepemimpinan Indonesia
- Memperpanjang relevansi konten print sepanjang tahun
- Menyediakan platform distribusi narasi yang konsisten dan terkurasi
- Mendukung model bisnis iklan, event, dan partnership

## Struktur Konten Utama

Konten website dikurasi secara selektif dan disusun dalam struktur yang jelas:

- Features – Artikel mendalam dan pilihan dari edisi cetak
- The Leaders – Profil dan wawancara pemimpin
- Perspectives – Opini, esai, dan refleksi kepemimpinan
- Global Context – Isu dunia dan relevansinya
- Places & People – Cerita wilayah, budaya, dan masyarakat
- Events – Informasi dan dokumentasi kegiatan THE LEADERS

# Rate Card Iklan

THE LEADERS adalah majalah kepemimpinan premium yang didistribusikan secara eksklusif langsung ke tangan para pengambil keputusan tingkat tinggi nasional dan internasional.

Nilai utama iklan di THE LEADERS bukan pada oplah, melainkan siapa yang membaca.

## CATATAN

- Semua iklan bersifat kuratorial dan melalui persetujuan editorial.
- THE LEADERS tidak menerima iklan yang bertentangan dengan nilai kepemimpinan, etika publik, dan integritas.
- Harga dapat disesuaikan untuk kerja sama jangka panjang atau multi-edisi.

## Format Iklan Print

Format Iklan	Ukuran	Posisi
Full Page	1 halaman penuh	Dalam rubrik
Half Page	1/2 halaman	Dalam rubrik
Premium Page	1 halaman penuh	Opening section / penutup rubrik
Inside Front Cover	1 halaman	Posisi premium
Inside Back Cover	1 halaman	Posisi premium
Back Cover	1 halaman	Posisi eksklusif

## A. Sektor Bisnis Daerah

Kategori ini ditujukan untuk entitas bisnis yang ingin memperkuat legitimasi, reputasi, dan positioning di wilayah kepemimpinan yang diangkat.

*(Pelaku usaha daerah, BUMD, dan ekosistem industri wilayah yang ditampilkan).*

Format	Tarif (IDR)
Full Page	75.000.000
Half Page	45.000.000
Premium Page (dalam rubrik wilayah)	95.000.000
Paket 2 halaman (spread)	140.000.000

\*Tarif belum termasuk pajak-pajak yang dikenakan

### Nilai tambah:

- Relevan langsung dengan konteks editorial wilayah
- Asosiasi kuat dengan kepemimpinan daerah
- Cocok untuk BUMD, kawasan industri, pariwisata daerah, dan UMKM unggulan

# Rate Card Iklan

## B. Iklan Berbasis Rubrik

Iklan jenis ini bersifat kuratorial dan kontekstual, menyatu dengan narasi editorial tanpa mengganggu kredibilitas majalah.

(*Sponsorship tematik sesuai konteks editorial*).

Rubrik Sponsorship tersedia:

- Bisnis & Investasi
- Pariwisata & Ekonomi Kreatif
- Infrastruktur & Pembangunan
- Energi & Transisi Hijau
- Teknologi & Inovasi
- Budaya & Identitas Daerah

Format	Tarif (IDR)
Full Page Sponsorship	120.000.000
Double Page Spread	200.000.000
Opening Rubric Sponsorship	175.000.000
Rubric Exclusive Partner (1 edisi)	300.000.000

\*Tarif belum termasuk pajak-pajak yang dikenakan

### Nilai tambah:

- Brand hadir sebagai bagian dari narasi, bukan sekadar iklan
- High recall & high trust
- Ideal untuk institusi, korporasi, dan BUMN strategis

## C. Iklan premium

Kategori ini diperuntukkan bagi brand yang menasar segmen elite, pengambil keputusan, dan high-net-worth individuals.

(*Perbankan, properti, otomotif, energi, teknologi, hospitality, dan brand elite*)

Format	Tarif (IDR)
Full Page	150.000.000
Half Page	85.000.000
Inside Front Cover	250.000.000
Inside Back Cover	225.000.000
Back Cover (Eksklusif)	300.000.000

\*Tarif belum termasuk pajak-pajak yang dikenakan

### Nilai tambah:

- Asosiasi langsung dengan kepemimpinan berkualitas
- Distribusi eksklusif & presisi
- Brand positioning jangka panjang, bukan exposure sesaat

# Tim Kami



Dr. Dadang Solihin, SE., MA.  
Pemimpin Majalah



Taru J. Wisnu  
Pemimpin Redaksi



Ayub Laksono, Ir., MA.  
Direktur Operasi



Andini Harsono  
Pemimpin Usaha



Sandra Ariyanti  
Direktur Marketing & Keuangan



Yasmin Luthfi  
Direktur Pengembangan Bisnis



Telepon  
0815 84028188

Email  
hello@theleaders.id

Website  
www.theleaders.id

# Terimakasih

---