



**KEGIATAN SUARA MERDEKA COMMUNITY SEBAGAI BENTUK  
PEMBINAAN COMMUNITY RELATIONS HARIAN SUARA MERDEKA**

**SUMMARY TUGAS AKHIR**

**Penyusun:**

**Nama: Lydia Thrisnawati**

**NIM : D0C006065**

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN MASYARAKAT  
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2011**

Pada setiap perusahaan pasti mempunyai komunitas atau khalayak nya. Perusahaan tidak dapat berdiri sendiri apabila tidak ada lingkungan sekitar yang mendukungnya. Hubungan yang baik harus dapat terbina agar perusahaan dapat berjalan lancar. Public Relations adalah proses yang terus menerus dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh goodwill dan pengertian dari para pelanggannya, para pekerjanya, dan masyarakat luas, ke dalam dengan mengadakan analisis dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri, Selain itu agar dapat tercipta goodwill antara perusahaan dengan komunitasnya yg berhubungan dengan keberlangsungan jalannya perusahaan. Jika tidak komunitas yang tidak terpuaskan akan menghambat jalannya laju perusahaan. Komunitas perusahaan adalah lingkungan eksternal maupun internal perusahaan sebagai contoh pemilik lahan dan warga sekitar perusahaan

Demikian halnya dengan surat kabar harian Suara Merdeka. Suara Merdeka adalah sebuah surat kabar yang terbit di Jawa Tengah, mayoritas pembacanya adalah warga Semarang pada khususnya. Suara Merdeka yang mempunyai semboyan “perekat komunitas Jawa Tengah” ini merupakan salah satu perusahaan terbesar yang ada di Jawa Tengah. Suara Merdeka mempunyai pembaca yang sangat banyak dan tersebar dari semua kalangan, baik pebisnis, karyawan, anak sekolah, mahasiswa bahkan tukang becak. Sesuai semboyan yang diacu oleh Suara Merdeka, Suara Merdeka mempunyai komunitas yang sangat besar, yang tersebar diseluruh Jawa Tengah dan mereka semua membaca satu surat kabar yang menjadi jendela informasi bagi Jawa Tengah dan sekitarnya, yaitu harian Suara Merdeka.

Sebagai salah satu surat kabar terbesar di Jawa Tengah, Suara Merdeka membuat sebuah wadah yang diberi nama Suara Merdeka Community yang berisikan event – event yang ditujukan kepada komunitas atau khalayak yang berpengaruh terhadap jalannya perusahaan. Suara Merdeka membentuk SMC dikarenakan kesadaran perusahaan bahwa komunitasnya sangatlah besar, dan dibutuhkan sebuah wadah yang menampung segala kegiatan yang dilakukan Suara Merdeka untuk mendekatkan diri dengan komunitasnya. SMC juga dibuka dalam bentuk website, facebook, dan juga twitter. Itu semua dibentuk sebagai

wadah berkumpulnya para pecinta harian Suara Merdeka yang ingin terus mengikuti perkembangan event – event apa saja yang dibuat oleh SMC. Website dipilih sebagai salah satu sarana SMC dalam menginformasikan berita – berita event yang dilakukan SMC dilihat dari pola hidup masa kini, segala sesuatu dapat diketahui melalui internet. Hal ini pun disambut baik dengan menilik banyaknya pembaca yang join ke website – website tersebut.melalui facebook dan twitter SMC, PR Officer harian Suara Merdeka terus mengupdate Kegiatan atau event yang diadakan oleh harian Suara Merdeka.

Suara Merdeka Community dibentuk dalam rangka memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri yaitu Suara Merdeka di kawasannya yaitu Jawa Tengah, dengan jalan membangun kerjasama antar stakeholders yang difasilitasi perusahaan dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat sekitarnya. Atau dalam pengertian kemampuan perusahaan untuk

dapat beradaptasi dengan lingkungannya, komunitas dan stakeholder yang terkait dengannya, baik lokal, nasional, maupun global.

Selain itu Suara Merdeka community juga harus cekatan menghadapi tren global dan resistensi masyarakat sekitar perusahaan, maka sudah saatnya setiap perusahaan memandang serius pengaruh dimensi sosial, ekonomi dan lingkungan dari setiap aktivitas bisnisnya. Yosali Iriantara (2004:36 ) memandang community relations berdasarkan dua pendekatan. Pertama, dalam konsep PR lama yang memosisikan organisasi sebagai pemberi donasi, maka program community relations hanyalah bagian dari aksi dan komunikasi dalam proses PR. Bila berdasarkan pengumpulan fakta dan perumusan masalah ditemukan bahwa permasalahan yang mendesak adalah menangani komunitas, maka dalam perencanaan akan disusun program community relations Ini kemudian dijalankan melalui aksi dan komunikasi. Kedua, yang memosisikan komunitas sebagai mitra, dan konsep komunitasnya bukan sekedar kumpulan orang yang berdiam di sekitar wilayah operasi organisasi, community relations dianggap sebagai program tersendiri yang merupakan wujud tanggungjawab sosial organisasi. Dalam hal ini harian suara merdeka memosisikan community Relations sebagai poin yang kedua yaitu tanggung jawab social organisasi terhadap khalayak atau komunitasnya.

Khalayak dan komunitas Suara Merdeka merupakan mitra perusahaan bukan hanya yang berada disekitaran perusahaan tetapi seluruh element perusahaan yang berkaitan dengan Suara merdeka. Mengapa disebut mitra, karena Suara Merdeka memandang semua elemen masyarakat adalah mitra bisnis.

Kegiatan community relations harian Suara Merdeka yaitu Suara Merdeka Community diadakan sebagai strategi PR harian Suara Merdeka dalam memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri yaitu Suara Merdeka di kawasannya yaitu Jawa Tengah, dengan jalan membangun kerjasama antar stakeholders yang difasilitasi perusahaan dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat sekitarnya. Atau dalam pengertian kemampuan perusahaan untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya, komunitas dan stakeholder yang terkait dengannya, baik lokal, nasional, maupun global. Dalam melakukan kegiatannya, ada proses atau prosedur yang harus dilalui sebelum, sesudah, dan saat melakukan kegiatan. Ada 5 tahapan proses yang harus dilalui SMC dalam melakukan community Relations yaitu:

#### 1. Pengumpulan fakta

Pengumpulan fakta adalah tahap menghimpun data – data yang akurat serta fakta – fakta yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya, termasuk di dalamnya adalah siapa saja sasarannya, bagaimana opini masyarakat sehingga dapat digali kemauan masyarakat terhadap perusahaan, kemudian merumuskan apa yang menjadi permasalahan dan bagaimana tindak penyelesaiannya. Publik eksternal harian Suara Merdeka adalah masyarakat sebagai pembaca dan sumber berita, pemerintah setempat, pemegang saham, serta kelompok profesi di luar karyawan. yang berkepentingan terhadap harian Suara Merdeka. Komunitas yang utama adalah

masyarakat sebagai pembaca dan sumber berita karena masyarakat adalah element penting dalam perusahaan cetak terbesar seperti Suara Merdeka, selain sebagai titik pusat perputaran berita, perputaran uang, semua element masyarakat bisa menjadi sumber berita yang penting bagi Suara Merdeka. Suara Merdeka tidak menetapkan batasan – batasan tertentu mengenai sejauh mana kelompok - kelompok yang disebut sebagai komunitas oleh perusahaan.

Harian Suara Merdeka mempunyai divisi yang menangani masalah lingkungan komunitas sekitar perusahaan yaitu SMC melalui SMC tersebut dapat mengetahui respon dan kemauan masyarakat dan juga sekaligus divisi tersebut handle segala perencanaan kegiatan yang bersangkutan dengan menjaga hubungan baik dengan komunitas, sehingga nantinya komunitas itu akan terus setia kepada Harian Umum Suara merdeka dan menjadi bargaining power tersendiri bagi pihak Suara Merdeka dalam menjalin kerjasama dengan rekanan bisnis. Pengumpulan fakta yang dilakukan oleh SMC dilakukan melalui survey langsung ke lapangan, serta monitoring milis,

saran, keluhan, dan juga trending topic yang beredar di masyarakat komunitas sekitar Harian Suara Merdeka melalui website – website resmi SMC. SMC lebih cenderung mengutamakan kegiatan – kegiatan yang mencakup komunitas yang besar. Mengingat Suara Merdeka merupakan center point masyarakat Jawa Tengah dan sekitarnya dalam mencari berita serta sebagai perekat komunitas Jawa Tengah. SMC dengan arahan dari petinggi – petinggi harian Suara Merdeka kegiatan – kegiatan SMC lebih diarahkan kepada kontribusi sosial Suara Merdeka Group untuk masyarakat luas. Suara Merdeka memposisikan community relations sebagai tanggung jawab social organisasi terhadap khalayak atau komunitasnya. Khalayak dan komunitas Suara Merdeka merupakan mitra perusahaan bukan hanya yang berada disekitaran perusahaan tetapi seluruh element perusahaan yang berkaitan dengan Suara merdeka. Karena Suara Merdeka memandang semua elemen masyarakat adalah mitra bisnis.

## 2. Perumusan masalah

Dalam mengambil rumusan masalah di setiap kegiatan yang diambil oleh Suara Merdeka dapat dilihat dari kesenjangan antara yang diharapkan dengan yang dialami, permasalahan yang terjadi disekitar perusahaan yang tidak sesuai dengan yang diharapkan, hot issue (trending topic), laporan penelitian, dan juga prioritas kebutuhan dan keinginan yang disinkronkan antara perusahaan dan komunitasnya. rumusan masalah yang diperoleh sebelum mengadakan kegiatan diambil dari pengumpulan fakta yang dilakukan sebelumnya. dalam setiap kegiatan SMC dapat dipastikan mempunyai rumusan masalah yang berbeda, tetapi mempunyai tujuan atau goal yang sama yaitu membina hubungan baik antara perusahaan dan komunitasnya serta tepat pada sasaran.

### 3. Perencanaan dan pemrograman

adalah proses selanjutnya dalam upaya pengenalan situasi, penetapan tujuan, definisi khalayak, pemilihan media dan teknik – teknik Public Relations, perencanaan anggaran, serta pengukuran hasil. Taktik yang diambil untuk membina hubungan baik dengan komunitas yaitu membangun kerja sama yang harmonis dengan lingkungan sekitar yaitu pembaca Suara Merdeka, dan komunitas lainya untuk meminimalisasi timbulnya konflik dan menjaga hubungan baik yang terjalin antara Suara Merdeka dengan komunitasnya. Perencanaan strategi tersebut melibatkan pihak – pihak yang

kompeten, yaitu semua divisi yang ada relevansinya dengan kegiatan yang direncanakan oleh SMC, dalam hal ini SMC yang notabene adalah hasil kerjasama Tim yang berisikan koordinator, Tim perencana dan pelaksana serta dibantu oleh EO. Penyusunan rencana kerja disusun berdasarkan respon public dipandang dari Minat dan kegemaran warga Semarang pada khususnya dan warga Jawa Tengah pada umumnya, Trend dan isu yang populer di masyarakat saat ini.

Hal – hal yang dilakukan saat perencanaan dilakukan adalah : membuat penyusunan proposal acara, menyusun rundown draft acara, menyusun kebutuhan yang diperlukan sebagai penunjang kegiatan, membuat list calon sponsor, dan membuat report setelah kegiatan / event tersebut selesai. Penyusunan proposal kegiatan yang dibuat oleh tim perencana bersama koordinator SMC berisi: tema kegiatan, bentuk kegiatan, tujuan kegiatan, waktu pelaksanaan, peralatan yang dibutuhkan, target kegiatan, dan perkiraan dana. Proposal kemudian diberikan kepada Bpk. Kukrit Wicaksono selaku direktur utama harian Suara Merdeka, untuk mendapat persetujuan. Sebagian besar kegiatan SMC tidak dilakukan sendiri, SMC banyak melakukan kegiatan kerjasama dengan pihak luar seperti menjadi sponsor utama dari kegiatan yang dilakukan perusahaan lain atau biasa disebut Sponsorship. Seperti pada contoh beberapa kegiatan seperti Nasmoco Saturday media Family dan nonton bareng piala AFF bersama Hotel DAFAM

### 4. Aksi dan Komunikasi

Aksi dan komunikasi adalah tahap keempat dimana kegiatan yang dipilih menjadi strategi untuk membina hubungan baik dengan komunitas berada dalam proses pelaksanaan dan dikomunikasikan. Sejauh ini SMC untuk harian Suara Merdeka telah melaksanakan berbagai program kegiatan dalam hal community Relations sesuai dengan perencanaan sebelumnya. Karena program – program tersebut adalah hubungan antara perusahaan dengan komunitas maka waktu pelaksanaan disesuaikan dengan permintaan komunitas, waktu yang ditentukan diambil dari proses pengumpulan fakta lapangan yang dilakukan sebelumnya. Ini dilakukan semata – mata untuk mewujudkan tujuan harian Suara Merdeka sebagai Media Cetak Terbesar se -Jawa Tengah dalam membina hubungan baik dengan Komunitas yaitu menjaga keharmonisan. Dalam proses Aksi dan komunikasi SMC untuk harian Suara Merdeka selalu

mengupdate setiap kegiatan di Website – website SMC serta dimuat Surat kabar – surat kabar milik Suara Merdeka Group. Karena dalam tahap aksi dan komunikasi SMC wajib

memperhatikan komunikasi dua arah antara masyarakat yang menjadi sasaran kegiatan community relations perusahaan dengan kegiatan yang dilakukan SMC. Dalam program community relations pasti selalu ada aspek bagaimana menyusun pesan yang ingin disampaikan kepada komunitas serta pemilihan media yang tepat supaya pesan dapat tersampaikan dengan tepat. SMC di setiap event yang dia lakukan selalu membawa pesan dan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Dalam proses berjalannya kegiatan yang notabene pada saat itulah proses aksi dan komunikasi berlangsung, menjadi tanggung jawab bersama tim SMC, bukan hanya Tim pelaksana saja. Semua ikut memperhatikan jalannya setiap kegiatan. Halangan dan kendala paling sering terjadi pada saat kegiatan berlangsung. Segala sesuatu yang telah direncanakan tidak jarang pada saat aksi dan komunikasi menyimpang dari perencanaan yang telah dibuat. Faktor – faktor yang menjadi kendala pun bersifat insidental atau kejadian tidak terduga seperti faktor alam, cuaca, ketersediaan alat yang tidak memenuhi kuota karena pembengkakan peserta kegiatan diluar dugaan.

## 5. Evaluasi

Evaluasi merupakan tahapan terakhir dari langkah – langkah yang dilakukan dalam proses Community Relations setelah pengumpulan fakta, perumusan masalah, perencanaan dan pemrograman dan aksi dan komunikasi. Evaluasi ini menitik beratkan pada analisa dan penilaian berhasil tidaknya suatu program yang telah diselenggarakan. Yang menjadi bahan acuan sebagai Tolok ukur dalam proses evaluasi ini yang pertama adalah sudah sesuaikah program kegiatan dengan perencanaan? baik itu menyangkut faktor waktu, tempat, anggaran, kemudian pelaksanaan. Dalam pelaksanaan community relations, Suara Merdeka Community lebih memfokuskan pada volume kegiatan, misalnya saat perencanaan diperkirakan target yang datang 100 - 500 orang kemudian membengkak menjadi sekian banyak orang maka hal itu akan memengaruhi biaya, tempat, sumber daya manusia, dan lain sebagainya. Kedua, nilai kepuasan yang diukur berdasarkan bentuk kegiatannya (apakah membawa manfaat bagi komunitas? Apakah ada yang complain?). Faktor Ketiga sebagai tolak ukur tahap evaluasi ini adalah, penilaian dari manajemen. Apakah program yang diselenggarakan telah memberikan kepuasan pihak manajemen? Suara Merdeka Community harus bisa melakukan suatu perbaikan terhadap kritik dan saran baik bersumber dari masyarakat maupun manajemen, perbaikan sistem, serta kinerja di bidang community relations.

Suara Merdeka Community sebagai divisi yang walaupun baru saja dibentuk, telah melakukan beberapa event. Ada event yang masih berjalan atau berkelanjutan serta kegiatan yang langsung selesai atau tidak berkelanjutan. Dalam melakukan segala kegiatannya SMC tidak pernah sendiri,

pasti ada kerjasama dengan pihak luar atau biasa disebut corporate. Dalam sebuah perusahaan menjaga hubungan baik kepada khalayak atau masyarakat sekitarnya sangatlah penting untuk dilakukan. PR officer harus jeli dalam menanggapi situasi yang ada disekitarnya, komunitas disekitar perusahaan sangatlah berpengaruh terhadap jalannya perusahaan. Menjaga dan memperkuat hubungan dengan komunitas eksternal maupun internal community relations merupakan salah satu fungsi PR. Perusahaan apapun perlu menjalin hubungan yang baik dengan komunitasnya sehingga terbentuk sikap positif komunitas pada perusahaan. Fakta telah membuktikan bahwa masyarakat paling tidak suka jika perusahaan tidak berkomunikasi dengan mereka, bersifat arogan dan tidak memberikan kontribusi atau manfaat bagi lingkungan sekitar.

Hal ini juga berlaku pada perusahaan swasta dalam menjalin hubungan baik dengan komunitas masyarakat sekitar. Dalam hal ini Suara Merdeka yang fungsi pembinaan community relationsnya dilakukan oleh Suara Merdeka Community merupakan divisi khusus yang dibentuk sebagai esensi perusahaan dalam menjalin hubungan yang baik dengan komunitasnya. Hubungan baik yang timbul akan serta merta menciptakan citra positif perusahaan sehingga perusahaan akan mencapai sukses dalam jangka panjang. Citra timbul dari penilaian masyarakat mengenai kinerja dan keseluruhan sistem perusahaan. Citra positif menjadi tujuan korporasi yang didasarkan pada loyalitas komunitas kepada perusahaan. Komponen terciptanya hubungan yang baik dengan komunitas adalah hubungan saling ketergantungan, saling membutuhkan, serta adanya pengakuan komunitas. Hubungan timbal balik perusahaan dengan masyarakatnya juga dipengaruhi oleh persepsi masyarakat tentang kehadiran perusahaan. Persepsi antara lain dibentuk oleh latar belakang historis yang tidak mudah dihapus begitu saja. (Kasali, 2004 : 137)

Komunitas yang luas dan tersebar di wilayah yang relative luas dipastikan mempunyai karakter yang berbeda – beda. Karakteristik penduduk yang terletak di suatu daerah juga berbeda – beda. Mereka yang bermukim di pusat kota, pinggiran kota, sub kota, pesisir pantai dan pegunungan juga berbeda - beda. Sub – sub kultur, keadaan alam, ketersediaan sumber daya, peristiwa politik masa lalu, semuanya membentuk karakter. Karakter komunitas SMC yang luas dan berbeda kebutuhan ini Ketika memasuki suatu daerah, perusahaan umumnya hanya mengenal karakter daerah tersebut secara

umum. Ketidakesesuaian penanganan perusahaan terhadap komunitasnya sejak pertama kali perusahaan hadir menimbulkan kesalahan yang bisa berakibat panjang. (Kasali, 2004 : 137). Halangan yang dialami SMC juga datang dari Tekanan lingkungan internal teknologi, restrukturisasi, desentralisasi, keterbatasan sumber daya, dan tekanan lain yang datang dari karyawan dan komunitasnya. Tekanan lingkungan eksternal datang dari : globalisasi, aliansi, kompetisi, dan aturan pemerintah (Iriantara, 2004:40).

SMC secara dinamis menjalin komunikasi dua arah dengan komunitas dalam rangka melakukan proses pemantauan mengenai keinginan komunitas. SMC merealisasikan keinginan komunitas

kedalam perencanaan kegiatan yang diambil oleh SMC. dalam pelaksanaan berbagai kegiatan didukung oleh pihak – pihak yang mempunyai relevansi dengan program yang akan diselenggarakan. Kerjasama Tim SMC yang yang terkait bertanggung jawab penuh dalam pembagian tugas yang diberikan oleh coordinator, Kerja sama tim tersebut bertujuan agar kegiatan yang diselenggarakan oleh SMC dapat terlaksana dengan baik dan sesuai dengan perencanaan awal. Begitu juga pesan yang akan disampaikan melalui acara yang diselenggarakan dapat dicerna dengan lebih baik oleh komunitas karena ditangani oleh pihak – pihak yang memiliki kompetensi tinggi dalam bidang tersebut. Public Relations Officer yang kuat dan berpengaruh, didukung oleh tim yang kompeten, adalah saluran komunikasi untuk memfasilitasi dan menyampaikan arti serta pesan kepada CEO. (Oliver, 2001 : 68).Suara Merdeka memberikan tugas kepada SMC sebagai negosiator antara perusahaan dengan komunitas. Dari negosiasi akan diketahui keinginan kedua belah pihak. Namun tidak semua keinginan kedua belah pihak dapat terpenuhi karena adanya keinginan yang berbeda – beda dari komunitasnya..

Kegiatan – kegiatan yang diambil oleh SMC dalam membina hubungan baik dengan komunitas adalah adalah kegiatan yang memiliki target yaitu komunitas luas dari Suara Merdeka Group. Sebagai perusahaan percetakan besar Suara Merdeka harus bisa menjaga kepercayaan yang selama ini telah diberikan masyarakat kepada perusahaan sebagai jendela berita paling terpercaya di Jawa Tengah. Bukan Hanya Surat Kabarnya Saja, tetapi anak perusahaan yang dibuka Oleh Suara Merdeka Group juga secara otomatis lebih gampang mendapat hati di masyarakat seputar Jawa Tengah dan sekitarnya. Menciptakan citra atau publikasi yang positif merupakan prestasi, reputasi dan sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktivitas Public Relations dalam melaksanakan manajemen kehumasan yaitu membangun citra atau nama baik lembaga/ organisasi dan produk yang diwakilinya ( Ruslan, 2003 : 27) . dengan program- program community relations yang dilakukan oleh pihak Public Relations

maka diharapkan dapat mencakup semua aktivitas manajemen yang menjadi kewajiban SMC sebagai pelaku kegiatan community relations harian Suara Merdeka dalam mendefinisikan community relations sebagai Peningkatan partisipasi dan posisi organisasi dalam sebuah komunitas melalui berbagai upaya untuk kemaslahatan bersama bagi organisasi dan komunitas. Dalam kontek PR makna komunitas itu tidak bersifat tunggal.komunitas adalah “kelompok orang yang tinggal disekitar wilayah operasi satu organisasi” atau disebut sebagai tetangga ( Jefkins,2004:176). SMC juga berpartisipasi dengan pemberian sponsorship. Keberlanjutan perusahaan akan terjamin jika perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup (Ima, 2006 : 27).

SMC dalam melaksanakan kegiatan community Relations harian Suara Merdeka, melakukan planning atau perencanaan agar dapat memperoleh public opinion yang menguntungkan. Perencanaan merupakan bidang yang cukup penting karena menghubungkan aktivitas



community relations dengan kepentingan perusahaan. SMC mengambil 5 tahapan proses melaksanakan kegiatan yaitu, pengumpulan fakta, perumusan masalah, perencanaan dan pemrograman, aksi dan komunikasi, evaluasi (Iriantara, 2004:34). Tahapan - tahapan tersebut dilakukan oleh SMC sebagai urutan sistematis pelaksanaan kegiatan community relations. Semua proses yang dilakukan terhitung berhasil dan dilakukan dengan baik walaupun terkadang ada kendala – kendala yang dihadapi. Mulai dari tahap awal penelitian dilakukan proses penghimpunan data – data factual yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Dari data tersebut akan diperoleh pokok permasalahan sehingga dapat ditentukan program yang tepat untuk diselenggarakan, waktu penyelenggaraan, tempat penyelenggaraan, estimasi anggaran, khalayak sasaran, serta tingkat keberhasilan dari tujuan utama penyelenggaraan program. Analisis dan survey yang dilakukan perusahaan bisa memperkirakan apa yang mungkin berkembang pada sikap publik – publik perusahaan. Berdasarkan hal ini bisa disarankan atau disusun rencana tindakan yang tepat. (Iriantara, 2004 : 13).

Pada tahap perumusan masalah tim SMC telah mengimplementasikannya dengan tepat dengan membuat rumusan yang diambil oleh SMC dilihat dari kesenjangan antara yang diharapkan dengan yang dialami seperti yang diungkapkan oleh Soemirat dan Ardianto (2002:14) bahwa konsep public relations adalah untuk memahami dan mengevaluasi berbagai opini public atau isu yang berkembang terhadap suatu organisasi atau perusahaan. Dalam kegiatannya SMC memberi masukan dan nasihat yang berhubungan dengan opini

atau isu publik yang tengah berkembang. Kemudian SMC memasukannya kedalam sebuah rumusan masalah kegiatan yang akan dilakukan. Selanjutnya tim SMC melakukan perencanaan dan pemrograman yang dihandle oleh Tim perencana SMC. Pada proses ini tim perencana telah melakukan upaya pengenalan situasi, penetapan tujuan, definisi khalayak, pemilihan media dan teknik – teknik Public Relations, perencanaan anggaran, serta pengukuran hasil. Taktik yang diambil untuk membina hubungan baik dengan komunitas yaitu membangun kerja sama yang harmonis dengan lingkungan sekitar yaitu pembaca Suara Merdeka, dan komunitas lainnya untuk meminimalisasi timbulnya konflik dan menjaga hubungan baik yang terjalin antara Suara Merdeka dengan komunitasnya . karena tanpa adanya suatu program yang terencana, praktisi humas akan terpaksa beroperasi secara instinktif sehingga ia mudah kehilangan arah. (Jefkins, 1995 : 50).

Keberhasilan akhir tidaklah ditentukan semata – mata oleh baik – tidaknya perencanaan, melainkan juga pada keahlian dan efisiensi proses pelaksanaannya. (Jefkins, 1995 : 50). . Sejauh ini SMC untuk harian Suara Merdeka telah melaksanakan berbagai program kegiatan dalam hal community Relations sesuai dengan perencanaan sebelumnya. Karena program – program tersebut adalah hubungan antara perusahaan dengan komunitas maka waktu pelaksanaan disesuaikan dengan permintaan komunitas, waktu yang ditentukan diambil dari proses pengumpulan fakta lapangan yang dilakukan sebelumnya. Ini dilakukan semata – mata untuk

mewujudkan tujuan harian Suara Merdeka sebagai Media Cetak Terbesar se -Jawa Tengah dalam membina hubungan baik dengan Komunitas yaitu menjaga keharmonisan, dengan tanggung jawab sosial berarti organisasi dapat dipandang dari 2 sisi yaitu Sebagai lembaga bisnis yang mencari keuntungan dan sebagai lembaga sosial lantaran memikul beban tanggung jawab bagi masyarakat (Iriantara,2004:36).

## ABSTRAKSI

Name : Lydia Thrisnawati  
NIM : D0C006065  
Final Task title : SMC'S activity (Community's Independent voice) as  
Community Relations's Construction form Harian Suara Merdeka

---

Community's Independent voice constitutes a community congregation readers faithful of Daily Common Independent Voice, well that patronized reader or reader even escape. Community's Independent voice this gets role to build and builds relationship well among Independent Voice party with readers it.

As Daily As Common is outgrown at Intermediate Java, Independent voice really need support of society especially community Daily faithful reader Independent Voice to be able to most composes Community Relation that good. Community Relation's strategy in build relationship well with surrounding community is mechanism to bear tactics – tactics and community activity that hereafter will be framework of Community's Independent Voice that aims to build relationship well among Independent Voice with its community.

To the effect of observational describe activity that did by PR day to day Independent Voice in builds Community Relations via Community's Independent Voice.

Side Voice Independenting to see Community Relation's activity as shaped as care and corporate social accountability to surrounding society especially readers Daily Common Independent Voice. To the effect of observational it is know activity that did by Community's Independent Voice in build relationship well with its community.

Community relations of Community's Independent Voice performs strategy to build good relationship with community is started and ended up by research process 4 steps, which is fact finding, planning, taking action and communicating, and evaluating. Program – program deeping to build community relations terklarifikasikan in educational, social area, and environment area. Base analisis yielding research is known that community relations's step evident successful.

## ABSTRAKSI

Nama : Lydia Thrisnawati  
NIM : D0C006065  
Judul Tugas Akhir : Kegiatan SMC (Suara Merdeka Community) sebagai Bentuk Pembinaan Community Relations Harian Suara Merdeka.

---

Suara Merdeka Community merupakan suatu perkumpulan komunitas para pembaca setia dari Harian Umum Suara Merdeka, baik itu pembaca berlangganan ataupun pembaca lepas. Suara Merdeka Community ini berperan untuk membangun dan membina hubungan baik antara pihak Suara Merdeka dengan para pembacanya.

Sebagai Harian Umum terbesar di Jawa Tengah , Suara Merdeka sangat membutuhkan dukungan dari masyarakat terutama komunitas para pembaca setia Harian Suara Merdeka agar dapat tercipta Community Relation yang baik. Strategi Community Relation dalam membina hubungan baik dengan komunitas sekitar adalah mekanisme untuk melahirkan taktik – taktik dan kegiatan komunitas yang selanjutnya akan menjadi kerangka kerja dari Suara Merdeka Community yang bertujuan untuk membina hubungan baik antara Suara Merdeka dengan komunitasnya.

Tujuan dari penelitian mendeskripsikan kegiatan yang dilakukan oleh PR harian Suara Merdeka dalam membina Community Relations melalui Suara Merdeka Community.

Pihak Suara Merdeka memandang kegiatan Community Relation sebagai bentuk kepedulian dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat sekitar terutama para pembaca Harian Umum Suara Merdeka. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui kegiatan yang dilakukan oleh Suara Merdeka Community dalam membina hubungan baik dengan komunitasnya .

Community relations dari Suara Merdeka Community melaksanakan strategi membina hubungan baik dengan komunitas diawali dan diakhiri dengan proses penelitian 4 tahapan, yaitu fact finding, planning, taking action and communicating, serta evaluating. Program – program dalam membangun community relations terklarifikasikan dalam bidang pendidikan, bidang sosial, dan bidang lingkungan. Berdasarkan analisis hasil penelitian diketahui bahwa tahapan community relations terbukti berhasil.