

**REPUTASI SUARA MERDEKA MELALUI IMPLEMENTASI
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)**

Tesis

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan
Program Pascasarjana pada Program Studi Magister
Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro**

Disusun Oleh

Nama : Rr. B. Natalia Sari Pujiastuti, S.Psi

NIM : D4C008034

**PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2010**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Rr. B. Natalia Sari Pujiastuti, S.Psi
NIM : D4C008034
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa tesis yang saya susun dengan judul :

**Reputasi Suara Merdeka melalui implementasi Corporate Social
Responsibility (CSR)**

adalah benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari tesis atau karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku .

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan dengan seperlunya.

Semarang, 16 Agustus 2010

Pembuat Pernyataan,

Rr. B.Natalia Sari Pujiastuti, S.Psi
NIM. D4C008034

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama : Rr. B. Natalia Sari Pujiastuti, S.Psi
NIM : D4C008034
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Judul Tesis : Reputasi Suara Merdeka melalui
implementasi Corporate Social
Responsibility (CSR)

Pembimbing Tesis

Agus Naryoso, S.Si, M.Si
NIP 1975.0831.200212.1.002

Ketua Program Studi

Dr. Sunarto
NIP. 1966.0727.199203.1.001

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

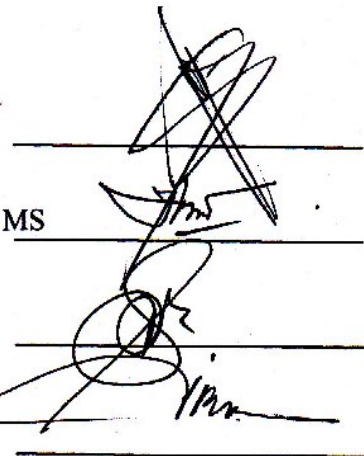
Nama : Rr. B. Natalia Sari Pujiastuti, S.Psi
NIM : D4C008034
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Judul Tesis : Reputasi Suara Merdeka melalui
implementasi Corporate Social
Responsibility (CSR)

Telah dipertahankan dalam sidang ujian tesis Program Magister Ilmu Komunikasi
Program Pascasarjana Universitas Diponegoro

Hari/tanggal : Senin, 16 Agustus 2010
Pukul : 09.00 – 11.00 wib
Dan dinyatakan : **LULUS**

PANITIA PENGUJI TESIS

Ketua Sidang : Dr. Sunarto
Sekretaris : Drs. Sri Widowati Herieningsih, MS
Penguji 1 : Yanuar Luqman, S.Sos, M.Si
Penguji 2 : Agus Naryoso, S.Sos, M.Si



ABSTRAKSI

Suara Merdeka sebagai perusahaan media yang sudah eksis selama 65 tahun, memerlukan strategi untuk menjaga reputasi perusahaan melalui kegiatan-kegiatan *off print* sosial kemasyarakatan yang memiliki konsep CSR. Sesuai dengan pernyataan Kottler dan Lee (2005) dalam Solihin (2009:32) yang memaparkan bahwa kegiatan CSR tidak hanya memberikan dampak positif terhadap reputasi perusahaan, namun juga manfaat lain seperti peningkatan penjualan dan *market share*, memperkuat *brand positioning*, meningkatkan citra perusahaan, menurunkan biaya operasi serta meningkatkan daya tarik perusahaan di mata para investor dan analis keuangan.

Pelaksanaan CSR secara hipotesis, dilaksanakan sebagai harapan untuk meningkatkan reputasi perusahaan bagi stakeholder internal ataupun eksternal. Perusahaan media yang memiliki karakteristik unik, menjadi menarik untuk dikaji terkait dengan proses pengomunikasikan kegiatan CSR dalam membangun reputasi perusahaan media itu sendiri. Melalui kemampuannya, media dapat mengonstruksi realitas sesuai dengan interpretasinya sendiri untuk memengaruhi kognitif, afektif dan konatif masyarakat terhadap suatu isu. Menurut Sulistyningtyas (2005:121), apa saja yang ditampilkan oleh media akan memengaruhi reputasi organisasi. Demikian pula kegiatan *off print* Suara Merdeka dengan konsep CSR yang diliput secara intensif dapat meningkatkan reputasi Suara Merdeka.

Melalui informasi narasumber dalam penelitian ini yang terdiri dari management Suara Merdeka, pemerintah, penerima program dan mitra pelaksana maka dilakukan penelitian dengan pendekatan studi kasus dimana objek yang diteliti mempunyai kasus tunggal yang holistik. Analisa yang dilakukan dengan cara mengkaitkan antara eksplanasi hasil temuan penelitian dengan penjelasan atau proposisi teoritis yang telah ada dan dikembangkan selama ini melandasi penelitian yang menggunakan paradigma *post positivisme*. Dalam pengumpulan data tersebut, penulis melakukan *chek and re-chek* dan konfirmasi kepada unit-unit analisis. Langkah ini ditempuh untuk menghindari bias dan menemukan interpretasi yang tepat.

Dari hasil penelitian ini terungkap bahwa secara formal management Suara Merdeka belum memahami konsep CSR namun demikian kegiatan *off print* yang dilakukan sudah ada yang memiliki konsep CSR, yakni kegiatan *Safari Jurnalistik Ramadan*, *Pelatihan Jurnalistik Yuniior* dan *Beasiswa Suara Merdeka*. Selain ketiga kegiatan tersebut, *kegiatan off print* Suara Merdeka cenderung bersifat *ad hoc*, tanpa rencana dan cenderung kurang terintegrated. Pada semua kegiatan yang ditujukan untuk kegiatan kepedulian, Suara Merdeka cenderung tidak melakukan *need assessment* dan melakukan strategi komunikasi yang cenderung monoton (tidak menarik dan kurang kreatif).

Kata kunci : reputasi, CSR, perusahaan media

ABSTRACT

Suara Merdeka as a media company that has existed for decades, requires strategies to maintain company's reputation through print off activities that have social public CSR concept. In accordance with the statement Kottler and Lee (2005) in Solihin (2009:32) who explained that CSR activities not only provide a positive impact on corporate reputation, but also other benefits such as increased sales and market share, strengthen brand positioning, enhance corporate image, reduce operating costs and increase the company's attractiveness in the eyes of investors and financial analysts.

Implementation of CSR, hypothetically, be implemented as a hope to increase the company's reputation for internal or external stakeholders. Media companies that have unique characteristics, be interesting to study associated with the process CSR communications activities in building a media company's own reputation. Through its ability, the media can be constructed in accordance with its interpretation of reality itself to influence the cognitive, affective and cognitive society to an issue. According Sulistyanningtyas (2005:121), anything that is displayed by the media will affect the reputation of the organization. Similarly Suara Merdeka CSR activities covered intensively can enhance reputation Suara Merdeka.

Through information sources in this study consisted of management Suara Merdeka, the government, beneficiaries and implementing partners then conducted research using a case study approach in which the object under study has a holistic single case. Post positivism paradigm used in this research and analysis is done by connecting between the explanation of research findings with an explanation or theoretical propositions that have existed and developed over the years. In collecting data, the authors do check and re-check , confirmation to the units of analysis. This step is taken to avoid bias and find the correct interpretation.

From the results of this study revealed that management formally Suara Merdeka not yet understand the concept of CSR activities undertaken off an existing print that has the concept of CSR, namely activity Ramadan Safari Journalism, Journalism Junior Training and Scholarships Suara Merdeka. The third addition to these activities, Suara Merdeka print off activities tends to be ad hoc, without a plan and tend to be less integrated. In all activities aimed at awareness events, Suara Merdeka tend not to conduct need assessment and communication strategies that tend to perform monotonous (not attractive and less creative).

Keywords: reputation, CSR, corporate media

KATA PENGANTAR

*The first duty of a university
is to teach wisdom, not trade,
character, not technicalities.
(Winston Churchill).*

TESIS ini berusaha menawarkan kearifan, *wisdom*, seperti yang didambakan Winston Churchill terhadap lembaga bernama universitas. Berawal dari ketertarikan penulis terhadap suatu fenomena empirik, mengenai implementasi konsep CSR pada kegiatan *off print* Suara Merdeka terhadap reputasi perusahaan tersebut. Secara hipotetis, pelaksanaan CSR dilaksanakan sebagai harapan untuk meningkatkan reputasi perusahaan bagi stakeholder internal ataupun eksternal. Perusahaan Media yang memiliki karakteristik yang unik, menjadi menarik untuk dikaji terkait dengan proses pengomunikasikan kegiatan CSR untuk membangun reputasi perusahaan media itu sendiri.

Tentu, tawaran tersebut dibatasi oleh kekurangan-kekurangan penulis dalam menuangkan ide dan memaknai teks yang tertuang terkait dengan reputasi perusahaan media melalui kegiatan CSR. Keterbatasan pastilah suatu keniscayaan. Itulah sebabnya, keterbatasan tidak harus menyebabkan kecil hati. Justru di sela-sela keterbatasan, itulah penulis berharap kearifan tetap ada dalam tesis ini. Bukan sekadar data, fakta, informasi, atau pengetahuan. Bukan sekadar angka-angka, hitungan-hitungan statistik, dan logika-logika kuantitatif, melainkan pendekatan-pendekatan menuju kearifan.

Penulis sadar, bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, karena kehidupan memang suatu proses yang tak pernah selesai. Proses menuju kesempurnaan. *The logic of perfection* memang harus selalu diimbangi dengan *the logic of discovery*. Kata Tao, ada celah-celah yang berada di suatu hasil, yang tidak bisa dipaksakan.

Penulis pun sadar, tidak mungkin tesis ini tersusun tanpa campur tangan Tuhan dan bantuan orang-orang yang peduli pada kearifan. Untuk itulah penulis mengucapkan puji syukur kepada Tuhan, dan berterima kasih kepada:

1. Bapak Adi Ekopriyono, suami sekaligus teman diskusi yang luar biasa. Bayu Wicaksono, Banu Prasetyo dan Bening Pratiwi atas solidaritasnya untuk mengerti kesibukan ibunya dalam membuat tesis.
2. Pah Yanto dan Mah'ndang serta keluarga Peterongan atas doa restunya
3. Mas Agus Naryoso, selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingan
4. Seluruh dosen-dosen, staf pengajar di lingkungan MIKOM UNDIP yang telah mengajarkan dan membagikan ilmunya.
5. Keluarga besar Suara Merdeka yang telah banyak membantu dan memberi kemudahan demi selesainya penyusunan tesis ini.
6. Sahabat-sahabat yang telah bersedia menjadi teman diskusi.

Akhirnya, penulis hanya dapat berharap, semoga tesis ini bermanfaat bagi pengembangan kearifan.

Semarang, Agustus 2010

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan Keaslian	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Persetujuan Tesis	iv
Abstraksi	v
<i>Abstract</i>	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Masalah	1
1.2	Perumusan Masalah	11
1.3	Tujuan Penelitian	12
1.4	Kegunaan Penelitian	12
1.5	Kerangka Pemikiran Teoritis	13
1.6	Operasionalisasi Konsep	21
1.6.1	Reputasi Perusahaan	21
1.6.2	Corporate Social Responsibility	25
1.6.3	Budaya Perusahaan	32
1.7	Metoda Penelitian	38

BAB II DESKRIPSI SUARA MERDEKA

2.1	Karakteristik Surat kabar Daerah	59
2.2	Karakteristik dan Positioning Suara Merdeka	61
2.3	Gambaran Umum Suara Merdeka	66
2.4	Budaya Organisasi Suara Merdeka	81

BAB III PRAKTIK CSR DI SUARA MERDEKA

3.1	CSR Eksternal	108
-----	---------------	-----

3.1.1	Safari Jurnalistik Ramadan	110
3.1.2	Pelatihan Jurnalistik Yuniior	139
3.2	CSR Internal – Beasiswa Suara Merdeka	166

BAB IV REPUTASI MEDIA MELALUI IMPLEMENTASI CSR

4.1	Reputasi Media	179
4.2	Konsep CSR Suara Merdeka	186

BAB V KESIMPULAN

5.1	Kesimpulan	209
5.2	Rekomendasi	211
5.3	Keterbatasan Penelitian	214

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Program yang menjadi prioritas kegiatan CSR media. (Sumber : Abidin & Kurniawati , 2004:101
Tabel 1.2	Paradigma penelitian komunikasi (Sumber : Hidayat, 2009:39)
Tabel 1.3	Penelitian Kualitatif (Yin, 2008:8)
Tabel 1.4	Penelitian terdahulu (sumber : olahan peneliti)
Tabel 2.1	Komposisi Pembaca Surat kabar menurut Kategori Pembaca dan Gender. (Sumber : Laporan Penelitian 2009 SPS Pusat)
Tabel 2.2	Lama waktu rata-rata pembaca remaja dan dewasa selama satu minggu membaca koran (Sumber : Laporan Penelitian 2009 SPS Pusat)
Tabel 2.3	Rangking surat kabar yang paling sering dibaca dalam satu bulan terakhir di Semarang oleh pembaca remaja dan dewasa (Sumber : Laporan Penelitian 2009 SPS Pusat)
Tabel 2.4	Koran yang paling banyak dibaca di Semarang (Sumber : Nielsen 2009)
Tabel 2.5	Koran yang paling banyak dibaca di nasional urban dan rural tahun 2005 (Sumber : Nielsen 2007)
Tabel 2.6	15 Koran dengan pembaca terbanyak di 9 kota (Sumber : Nielsen 2007)
Table 2.7	Data harga iklan display per mm dan harga eceran koran per eksemplar (sumber : olahan Peneliti)
Tabel 2.8	Produk dengan belanja iklan terbesar di Suara Merdeka dan pembandingnya dengan all news paper nasional (sumber : Nielsen Advertising Informations Service 2009)
Tabel 3.1	Data Sumbangan Pembaca Suara Merdeka (Sumber: olahan peneliti)
Tabel 3.2	Kegiatan off print Suara Merdeka 2008 – 2009 (sumber : olahan peneliti)
Tabel 3.3	Liputan Sarasehan Jurnalistik Ramadan 2008 – 2009 (sumber : olahan Peneliti)
Tabel 4.1	Alur reputasi perusahaan Media (sumber : Communication Consulting Worldwide 2007)

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 The Maletzke Model (Sumber : Windahl, Signitzer dan Oslo , 1992:126)
- Gambar 1.2 Model Komunikasi Interaksional (Sumber : West & Turner, 2007 : 13)
- Gambar 1.3 Reputations Framework (Sumber : Argenti, 2007 : 79)
- Gambar 2.1 Tampilan lay out Suara Merdeka pada tahun 1950 dan 1958 (Sumber : Suara Merdeka Pusdok)
- Gambar 2.2 Tim manajemen berfoto bersama saat HUT Suara Merdeka pada tahun 1963 di depan kantor Redaksi Suara Merdeka Jl Merak 11A Semarang (Sumber : Pusdok Suara Merdeka)
- Gambar 2.3 Slogan Suara Merdeka tahun 1965 sampai tahun 2005 “Independen- Objectief – Tanpa Prasangka (Sumber : Pusdok Suara Merdeka)
- Gambar 2.4 Tampilan Suara Merdeka yang muncul dengan halaman berbeda tiap daerah sesuai tagline nya “Perekat Komunitas Jawa Tengah” (Sumber : Pusdok Suara Merdeka)
- Gambar 2.5 Tiga Generasi Pemimpin Umum Suara Merdeka, Hetami – Budi Santoso –Kukrit Suryo Wicaksono (Sumber : Pusdok Suara Merdeka)
- Gambar 2.6 Suara Merdeka Group (sumber : suaramerdeka.com)
- Gambar 2.7 Material komunikasi kalender dengan tema Aksara Jawa (Sumber : dokumentasi pribadi)
- Gambar 2.8 Material iklan ucapan Selamat Idul Fitri kepada pembaca Suara Merdeka dengan tema *Mengapa orang Jawa gemar menyuguhkan ketupat di Hari Raya Idul Fitri?* (Sumber : dokumentasi pribadi)
- Gambar 2.9 Pesan-pesan HUT Suara Merdeka yang tertempel di berbagai lokasi kerja Suara Merdeka (Sumber : dokumentasi pribadi)
- Gambar 2.10 Buku perusahaan yang terbit setiap lima tahun sekali sejak tahun 1995 (sumber : dokumentasi pribadi)

- Gambar 3.1 Sumbangan Suara Merdeka saat HUT ke-37, 11 Februari 1987 berupa Mobil Pemadam Kebakaran ke Dinas Kebakaran Propinsi Jawa Tengah. Diserahkan oleh Pemimpin Umum, Hetami dan disaksikan oleh Gubernur Jawa Tengah, HM Ismail dan Walikota Semarang, Soetrisno Soeharto. (Sumber : Pusdok Suara Merdeka)
- Gambar 3.2 Tambahan materi di Sarasehan Jurnalistik Ramadan yakni cara pembuatan blog dan pemanfaatan internet bagi santri, membuat kegiatan Sarasehan Jurnalistik Ramadan menjadi semakin menarik (Sumber : panitia sarasehan jurnalistik Ramadan)
- Gambar 3.3 Sarasehan Jurnalistik Ramadan membudayakan santri menulis (Sumber : panitia sarasehan jurnalistik Ramadan)
- Gambar 3.4 Pelatihan Intensif menjadi wartawan Yuniior yang diikuti oleh sekitar 150 – 200 orang dalam setiap pelatihannya, seperti yang berlangsung pada tanggal 14 Maret 2010 di Aula Suara Merdeka, Jl Kaligawe Semarang (Sumber : Dokumen Pribadi)
- Gambar 3.5 Pengalaman melakukan wawancara dengan public figure setelah itu berkesempatan untuk photo bersama, memberikan pengalaman tersendiri bagi anak-anak warrior, salah satunya saat mewawancarai penyanyi Heidy Yunus dan Yovie Widiyanto.(Sumber : Panitia Pelatihan Yuniior)
- Gambar 3.6 Satria, Dini dan Vira, pelajar SD kelas IV yang sedang menjalankan peran sebagai wartawan yuniior (warrior) melakukan wawancara dengan Komisaris Polisi Dr. Suparmin SH MH, Perwira Tinggi Polisi Kabag Bina Mitra Polres Semarang Barat (Sumber : Dokumen Pribadi)

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Struktur Organisasi Suara Merdeka
- Lampiran 2 Transkrip Wawancara
- Lampiran 3 Liputan Pemberitaan Kegiatan *off print* Sosial Kemasyarakatan Suara Merdeka 2008 - 2009
- Lampiran 4 Kliping Koran
- Lampiran 5 Proposal Kegiatan Safari Jurnalistik Ramadan
- Lampiran 6 Daftar Peserta Pelatihan Warior
- Lampiran 7 Edaran Beasiswa Suara Merdeka