

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Profil Singkat PT Suara Merdeka Press

Suara Merdeka adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang surat kabar tertua di Indonesia yang terbit di Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia. Didirikan pada tanggal 11 Februari 1950, oleh para pejuang pers yang dipimpin oleh H. Hetami, dengan misi awal memperdengarkan suara rakyat yang baru saja merdeka. Aspirasi dan juga suara hati nurani rakyat di anggap penting untuk ditampung oleh media yang dikelola para pejuang pers. Dengan modal uang sebesar Rp 250.000 yang didapatkan H. Hetami dari sokongan ayahnya, KH Muhammad Idris. Hetami mulai merintis penerbitan Koran baru yang bernama *Suara Merdeka*.

Pada 11 Februari 1982, Hetami menyerahkan kepemimpinan Suara Merdeka ke menantunya yang bernama Budi Santoso bersamaan dengan peresmian kantor baru dan percetakan Mascom Graphy di Semarang. Sejak tahun 2010, harian Suara Merdeka dipimpin oleh Kukrit Suryo Wicaksono, anak sulung dari Budi Santoso. Harian ini memiliki sirkulasi terbatas pada area Jawa Tengah. Suara Merdeka merupakan perusahaan surat kabar dengan pangsa pasar terbesar di Jawa Tengah.

Suara Merdeka memiliki beberapa surat kabar rekanan yang bertujuan sebagai perwakilan tiap-tiap daerah di Jawa Tengah, seperti Suara Solo, untuk kota Surakarta. Suara Pantura, untuk kota di sekitaran Pantura (Pantai Utara) seperti Brebes, Tegal, Pemalang Pekalongan, dan Batang. Sedangkan untuk kota Salatiga dan sekitarnya terbit edisi Gerbang Metropolitan yang mewartakan berita seputar Salatiga, Ambarawa, dan Kabupaten Semarang. Kemudian edisi berita Suara Muria yang membawahi Kudus, Pati, Jepara, Rembang, Blora dan Grobogan. Selain itu juga ada Suara Kedu untuk berita edisi kota Magelang, Temanggung, dan sekitarnya. Untuk wilayah Banyumas dan sekitarnya juga terbit edisi Suara Banyumas.

Suara Merdeka juga menjadi sponsor utama PSIS Semarang dan memiliki jaringan televisi yaitu *SMNetwork* yang bersatu dengan siaran tv-tv lokal dan TVKU Semarang.

2.2. Visi & Misi

2.2.1. Visi

Visi PT. Suara Merdeka Press adalah menjadi perusahaan pelopor industri informasi yang diakui di masyarakat dan merupakan pilihan pelanggan karena bermutu, serta menjadi perekat komunitas Jawa Tengah.

2.2.2. Misi

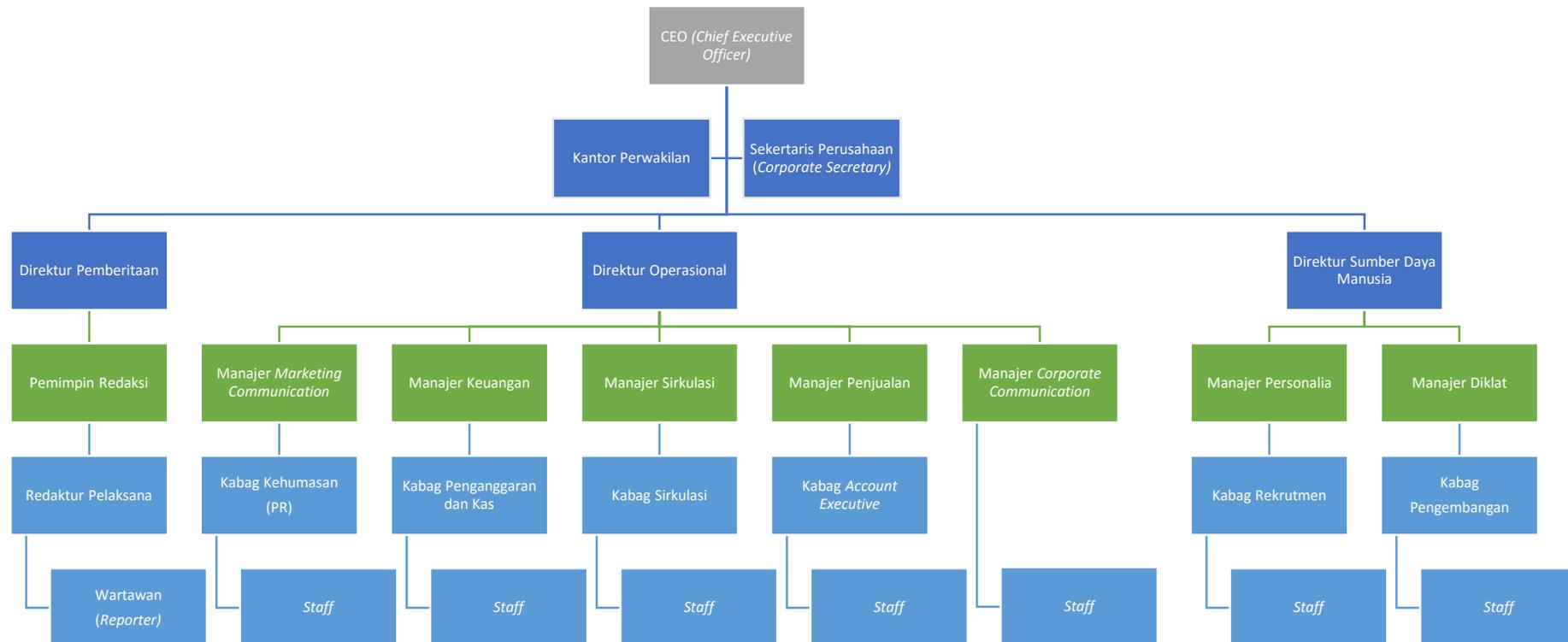
Sedangkan misi dari PT. Suara Merdeka Press dalam penerbitan Koran Suara Merdeka antara lain:

- 1) Mengabdikan kepada masyarakat dalam meningkatkan kecerdasan bangsa.
- 2) Memasarkan informasi yang kuat, terkini, dan bertanggung jawab melalui media cetak dan elektronik dengan memberikan pelayanan terbaik.
- 3) Menghasilkan keuntungan yang optimal agar :
 - Perusahaan semakin tumbuh dan berkembang.
 - Kesejahteraan dan profesionalisme karyawan dapat ditingkatkan.
 - Berperan secara aktif di dalam arus utama kehidupan sosial masyarakat.

2.3. Struktur Organisasi

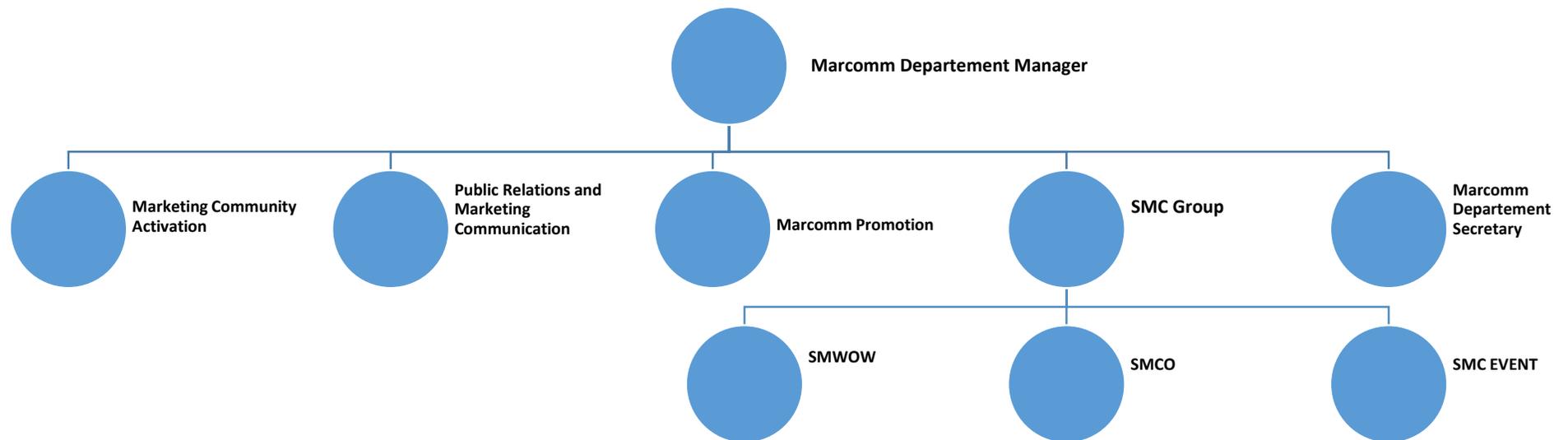
Gambar 2.1

STRUKTUR ORGANISASI SUARA MERDEKA



Sumber : Arsip Suara Merdeka

Gambar 2.2

STRUKTUR MARCOMM SUARA MERDEKA

Sumber : Arsip Suara Merdeka

2.4. Program Kerja *Marketing Communication* Suara Merdeka

2.5.1. Internal Relations

Kegiatan *internal relations* dalam sebuah perusahaan adalah usaha untuk membangun hubungan yang harmonis antar *stakeholder* yang berada di dalam internal perusahaan

Manajemen Media Internal merupakan ilmu tentang bagaimana pembuatan dan pengelolaan media internal perusahaan. Agar mengetahui bagaimana menjadi humas yang baik dalam berkomunikasi dengan publik internal maupun eksternal dengan menggunakan media yang dimiliki perusahaan.

2.5.2. Eksternal Relations

2.5.2.1. Special Event

Special event merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh divisi marketing communication PT. Suara Merdeka Press untuk para publik eksternal PT. Suara Merdeka Press. Kegiatan *special event* yang dilakukan oleh PT. Suara Merdeka antara lain :

- **Event Warga Guyub**

Warga guyub merupakan sebuah acara yang dibuat oleh Suara Merdeka dengan tujuan untuk mengguyubkan dan menjadi sebuah tempat untuk berkumpul khususnya untuk warga-warga dimana acara tersebut diselenggarakan.

Ada banyak kegiatan yang diadakan di *event* warga guyub tersebut. Diantaranya yaitu *aerobic, cooking class, fun games, bazaar & food truck, free drink* dan cek kesehatan gratis. Selain itu ada banyak hadiah dan undian menarik. Dalam *event* ini membuat rundown acara, membuat daftar pertanyaan merupakan hal yang penting

dalam kegiatan ini dan akan digunakan untuk kuis dan membantu dalam pembagian hadiah.

- ***Event IDE Muda***

IDE Muda merupakan *event* yang diselenggarakan oleh Suara Merdeka yang bekerja sama dengan PT. Siba Surya untuk mencari ide-ide anak muda dalam mengelola suatu usaha. *Event* ini diperuntukkan mahasiswa di seluruh universitas di Semarang. Untuk mengikuti *event* ini peserta harus melalui beberapa tahap yaitu tahap seleksi, pembekalan, dan presentasi (*final*).

Event ini diadakan setiap tahun, karena salah satu bagian dari kegiatan rutin Suara Merdeka untuk terus mengapresiasi mahasiswa-mahasiswi berprestasi di Kota Semarang.

- ***Event Konser A Special Night With Tulus***

Dalam rangka ulang tahun yang ke 67 Suara Merdeka mengadakan konser musik Tulus yang akan diadakan pada tanggal 12 Februari 2017. Penjualan tiket untuk konser tulus dimulai sejak 16 Januari 2017 yang bertempat di kantor iklan Suara Merdeka di Mugas. Setiap minggu di CFD Simpang Lima diadakan lomba karaoke untuk umum yang berhadiah tiket konser tulus. Mengadakan acara lomba karaoke yang diadakan di CFD Simpang Lima Semarang sebagai *pre-event* sekaligus sebagai salah satu cara dalam menarik pelanggan.

- **Suara Merdeka Pasar Imlek Semawis**

Event ini merupakan keikutsertaan Suara Merdeka secara rutin setiap tahunnya dalam menyambut tahun baru China di Semarang. Acara dilaksanakan pada tanggal 24-26 Januari 2017, pukul 14.00 sampai 22.00 WIB di Kawasan Pecinan Semarang. Rangkaian kegiatan yang disajikan antara lain pelukisan karikatur wajah dari kartunis Suara Merdeka.

Suara Merdeka juga mengajak komunitas pencinta kopi untuk memeriahkan stand Suara Merdeka. Selain komunitas pencinta kopi stand Suara Merdeka juga di meriahkan oleh radio trax.fm yang *live on air* dihari terakhir pasar imlek semawis.

- **Suara Merdeka *Community award***

Event ini merupakan sebuah bentuk apresiasi dari Suara Merdeka terhadap komunitas yang ada di Jawa Tengah dengan memberikan sebuah penghargaan dan menjadikan motivasi yang efektif agar komunitas yang ada di Jawa Tengah terus berkreasi dan berinovasi secara produktif. Acara dilaksanakan pada tanggal 11 Maret 2017, pukul 09.00 sampai 22.00 WIB di Balairung *Ballroom* UTC *Convention* Hotel Jl. Kelud Semarang. Adapun rangkaian kegiatan berupa *Bazaar*, demo dari komunitas, *awarding*.

Dalam *event Community award* ini Suara Merdeka mengajak komunitas ikut serta dalam kegiatan *awarding* dan komunitas juga diajak untuk memeriahkan acara dengan memberdayakan komunitas untuk ikut dalam kegiatan *bazaar* dan demo untuk mengisi acara dan penampilan dari Serempet Gudal. Dalam *event* ini proses pengumpulan data komunitas, seleksi, *interview* dan

dokumentasi merupakan hal yang sangat penting untuk pengarsipan berkas.

2.5.2.2. Publikasi dan Dokumentasi

Marketing Communication melakukan proses publikasi melalui *social media* kantor dan dokumentasi pada saat acara berlangsung. Berikut adalah kegiatan yang dipublikasi dan didokumentasikan :

- *Event* perayaan tahun baru Imlek di Semawis kawasan Pecinan Semarang.
- *Event* konser Tulus yang diadakan Dproduction di Hotel Horison Semarang dan Suara Merdeka selaku media patner
- *Event Community award* di Balairung Ballroom UTC Hotel Semarang.

2.5.2.3. Community Relations

Community Relations merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh divisi *marketing communications* PT. Suara Merdeka Press dalam merangkul para komunitas-komunitas yang ada di Jawa Tengah. Kegiatan *Community Relations* yang dilakukan oleh PT. Suara Merdeka Press yaitu dengan membuat suatu *event* “*Community award*” yang diperuntukkan oleh komunitas-komunitas yang ada di seluruh Jawa Tengah. Kegiatan ini acakan diadakan pada 11 Maret 2017.

Selama melaksanakan magang mendata komunitas yang ada di Jawa Tengah merupakan hal yang paling sering dilakukan dan nantinya akan di kelompokkan sesuai kategori yang telah ditentukan yaitu otomotif (mobil), otomotif (motor), *toys, lifestyle, flora fauna, social, art &*

culture, kuliner dan *sport*. Data komunitas yang diperoleh sampai saat ini sebanyak 400 komunitas. Kegiatan dilanjutkan dengan menghubungi komunitas satu persatu untuk mengajak komunitas agar ikut berpartisipasi dalam acara *Community award* dan menjelaskan gambaran acara *Community award*. Setelah menghubungi komunitas dilanjutkan dengan mendata komunitas yang telah mengirimkan data-data yang diperlukan untuk proses seleksi seperti profil dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh komunitas.

2.5.2.4. Media Partner

Salah satu cara yang digunakan oleh PT. Suara Merdeka Press untuk lebih mendekatkan diri dengan masyarakat yaitu dengan melakukan pendekatan kerjasama melalui media partner. Hal ini bertujuan agar Suara Merdeka sering disebutkan dalam penyelenggaraan acara yang berlangsung serta logo Suara Merdeka terpampang di spanduk acara. Dengan demikian nama Suara Merdeka akan lebih dikenal oleh masyarakat.

Dalam menyetujui kerjasama yang diajukan, Suara Merdeka memiliki mekanisme tersendiri yaitu menyertakan proposal *sponsorship*, dan melakukan lobi dan negosiasi dengan pihak yang bersangkutan.

2.5.2.5. Memetakan Proposal Kerjasama

Dalam memetakan proposal kerjasama yang masuk perusahaan akan melakukan pendataan proposal yang masuk sesuai dengan tanggal acara. Kemudian perusahaan akan menuliskan kompensasi yang diberikan kepada pihak yang

mengajukan *sponsorship* baik berupa uang ataupun bantuan lainnya..

Dalam mendata proposal *sponsorship Marketing Communications* Suara Merdeka sudah terbilang cukup baik. Aspek-aspek yang diseleksi pada saat pemetaan proposal yaitu :

- Penentuan berdasarkan kepentingan *event*, untuk umum atau kalangan sendiri.
- Waktu pengajuan proposal terlalu dekat dengan penyelenggaraan *event*.

2.5.2.6. Lobi dan Negosiasi Kerjasama *Sponsorship*

Dalam proses lobi dan negosiasi yang dilakukan, kegiatan seperti memantau dan melakukan proses lobi dan negosiasi harus dilakukan dengan teliti. Dalam hal ini pembimbing memberi pengarahan untuk menyambut serta melakukan negosiasi yang benar, baik secara langsung maupun melalui konfirmasi via telepon.