BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Surabaya menjadi salah satu kota terbesar di Indonesia, bisa dilihat dari sumber daya manusianya yang sudah berkembang cepat dan kebutuhan akan berbagai informasi pun berkembang sangat cepat pula. Ini terbukti dengan adanya berbagai macam media massa cetak maupun media massa elektronik yang menawarkan sajian informasi yang ringkas, informatif, dan inovatif. Media massa berkembang secara pesat dan terus bertumbuh. Hal ini diiringi dengan munculnya berbagai media massa lokal maupun internasional. Media massa lokal mulai diizinkan untuk beroperasi terutama media massa elektronik seperti televisi. Hal ini bertujuan agar media massa bisa menjadi sosial kontrol bagi lembaga pemerintahan di daerahnya. Dengan hal tersebut pemerintah setempat tidak bisa bertindak sewenang-wenang, karena ada banyak media lokal yang mengawasinya. Namun, dari hal itu semua yang terjadi adalah jumlah media massa yang semakin banyak, sehingga persaingan semakin ketat. Tidak hanya bersaing secara lokal melainkan bisa bersaing secara nasional. Media massa yang tidak memiliki pengolahan yang baik maka tentu akan mudah terkalahkan dengan media lain. Belum lagi dia harus bersaing dengan media massa elektronik. Munculnya media massa elektronik bisa dapat menyingkirkan media massa cetak jika masyarakat sudah tidak meminati media cetak. Tetapi, seandainya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masyarakat masih meminati tentu persaingan tidak akan berhenti begitu saja. Sebab akan ada persaingan kembali antara sesama media massa cetak.

Mashal Mcluhan, seorang pakar komunikasi terkenal dari Kanada bahkan pernah meramalkan bahwa kehadiran media elektronik televisi akan mematikan media cetak. Meskipun sampai sekarang Mashal Mcluhan tersebut belum terbukti, namun diperoleh gambaran bahwa di negara-negara maju seperti Amerika dan Eropa, Televisi memang merupakan pesaing utama dalam hal pemasukan iklan bagi media massa lainnya seperti radio, surat kabar dan majalah.[1] Berbagai contoh media massa cetak maupun media massa elektronik yaitu dimulai dengan media massa cetak seperti koran, majalah, tabloid dll. Sampai dengan media massa elektronik seperti televisi, radio, dll. Baik media massa elektronik maupun media massa cetak yang sudah beredar sekarang memiliki karakteristik, isi dan sajian yang ditampilkan beragam. Ini membuat masyarakat khususnya masyarakat Kota Surabaya bebas memilih informasi yang akan didapatkan bisa melalui media massa cetak maupun media massa elektronik. Sebenarnya yang berbeda hanya antara surat kabar, majalah dan televisi dalam hal menyampaikan informasi tidak ada bedanya. Sistem penyajian ini yang membuat diantara mereka harus bersaing guna memenuhi target audiensnya. Persaingan inilah yang membuat mereka harus mengelola secara bisnis dengan baik. [2]

---

[1] Susanto, Jurnal 5 dan 6 *Teori Niche pada Kompetisi Media Massa*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2001) hlm. 57.
[2] Totok Djuroto, *Manajemen Penerbitan Pers* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 45.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bisa diambil contoh yaitu berbagai majalah yang sudah beredar sekarang seperti majalah gadis, majalah city magazine, majalah duta, majalah Surabaya City Guide dll. Berbagai majalah tersebut memiliki karakteristik masing-masing dan menyasar segmentasi pasar yang memang sudah diperhitungkan oleh media massa cetak tersebut. Ini berimbas pada persaingan yang terjadi pada media massa cetak khususnya dalam ruang lingkup majalah. Majalah yang banyak beredar di Kota Surabaya memiliki berbagai variasi yang ditampilkan oleh setiap majalah untuk menarik perhatian para konsumenya, Selain memiliki berbagai variasi yang ditampilkan majalah yang beredar sekarang ini juga memiliki harga jual yang bervariasi antara Rp. 10.000 sampai dengan Rp. 100.000 untuk bisa mendapatkan majalah tersebut, mungkin itu semua tergantung dengan cover serta isi yang ditampilkan oleh setiap majalah yang berbeda dan mempunyai segmentasi pasar yang berbeda pula. Selain majalah yang memiliki harga yang ditawarkan untuk konsumen, sekarang juga beredar majalah yang tidak dipungut biaya yaitu dikenal dengan istilah *Free Magazine*, yang ini tidak kalah dengan majalah yang mempunyai nilai jual untuk para konsumennya. Tampilan yang disajikan oleh *Free Magazine* ini dikemas dengan tampilan cover yang menarik para konsumen untuk tertarik membaca majalah tersebut serta sajian yang ditampilkan variatif, informatif dan komunikatif hingga bisa membuat masyarakat bisa menikmati sajian yang tidak kalah bersaing dengan majalah yang mempunyai nilai jual.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Di Kota Surabaya *Free Magazine* ini berkembang pesat terbukti dengan munculnya majalah city magazine, majalah bosowa, majalah citraland, majalah Surabaya City Guide. Namun, dari sekian banyak *Free Magazine* yang sudah sudah beredar di Kota Surabaya. Majalah Surabaya City Guide menjadi salah satu majalah yang masih eksis dan dipercaya sebagai *city guidance*, panduan masyarakat yang ingin mencari tempat kuliner dan wisata di Surabaya. Berdiri Pada tanggal 5 Mei 2006, yang bertepatan dengan bulan promosi *Surabaya Big Sale* sebagai rangkaian kegiatan ulang tahun Kota Surabaya ke-713. Suara Surabaya Media, melalui unit bisnis *Mossaik Media Communication* meluncurkan produk yaitu *Surabaya City Guide – Free Magazine* (Majalah Surabaya City Guide). Impian yang mengawali kelahiran majalah Surabaya City Guide adalah ide dan dasar agar Kota Surabaya memiliki media yang mampu merepresentasikan Kota secara lengkap dalam tampilan yang memikat dan dikelola dengan baik, sekaligus bisa didapatkan secara cuma-cuma baik oleh masyarakat Surabaya maupun para tamu yang datang ke Kota Pahlawan. Sebagai media komunikasi majalah Surabaya City Guide tidak hanya fokus pada satu potensi kota, melainkan juga sebagai "*guidence city and city life magazine*" bagi warga kota maupun masyarakat di luar Kota Surabaya yang ingin mengetahui keunikan, keunggulan, dan dokumentasi dinamika kota dalam wujud visual yang menarik. Majalah Surabaya City Guide hadir dengan landasan *Positive Journalism* yaitu ingin mampu menumbuhkan semangat masyarakat Kota, namun tetap menyajikan informasi yang berimbang dan tetap beretika. Untuk mempertahankannya media massa juga perlu memiliki pengelolaan, pemasaran dan bentuk promosi yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

baik tidak dapat hanya sekedar tetapi harus memiliki mutu dan kualitas sehingga mampu merebut target audiensnya dipasaran. Tidak hanya bersaing secara Nasional tetapi juga dapar bersing secara Internasional.[3] Untuk itu agar bisa dibuktikan secara ilmiah bahwa strategi komunikasi bisnis *Free Magazine* Di Kota Surabaya masih bisa bertahan sampai sekarang dan tidak terkikis keberadaannya, maka penulis mencoba melakukan penelitian skripsi yang berjudul : **Strategi Komunikasi Bisnis *Free Magazine* Majalah Surabaya City Guide.**

B. Rumusan Masalah

Bagaimana strategi komunikasi bisnis *Free Magazine* Surabaya City Guide agar bisa bersaing dengan majalah lain?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi bisnis *Free Magazine* Surabaya City Guide agar bisa bersaing dengan majalah lain?

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis manfat dari penelitian ini adalah :

a. Dapat menjadikan referensi untuk mahasiswa program studi ilmu komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

[3] Astrid S dan Sunario Susanto, *Globalisasi dan Komunikasi* (Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 1995), hlm. 89.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Surabaya dalam memahami tentang "Strategi Komunikasi Bisnis *Free Magazine* Majalah Surabaya City Guide".

b. Untuk mengembangkan keilmuan di bidang ilmu komunikasi khususnya *broadcasting* dengan harapan akan dapat dijadikan sebagai referensi dan informasi ilmiah yang berkenaan dengan teori di bidang ilmu komunikasi tentang "Strategi Komunikasi Bisnis *Free Magazine* Majalah Surabaya City Guide" sebagai salah satu ke ilmuan yang menjadi patokan teori dalam pembelajaran pada penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis manfaat dari penelitian ini adalah :

a. Dapat berguna bagi peneliti guna menerapkan kemampuannya dalam disiplin ilmu program studi ilmu komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

b. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pelaku usaha yang bergerak khususnya dibidang media massa cetak sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan daya saing agar tidak tergerus oleh perkembangan zaman.

E. Kajian Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan acuan dari penelusuran yang terkait dengan tema yang diteliti, peneliti berupaya mencari referensi mengenai hasil penelitian yang dikaji oleh peneliti terdahulu sehingga dapat membantu peneliti dalam proses

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengkajian tema yang diteliti. Peneliti mendapati kesamaan konteks pada penelitian sebelumnya yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Utami Yuanita, pada tahun 2012 tentang "Eksistensi Pasar Tradisional Di Kabupaten Sleman (Studi di pasar pahing desa triharjo kecamatan sleman kabupaten sleman)[4]. Perkembangan zaman yang semakin modern telah memunculkan berbagai pasar modern. Namun, di tengah arus pasar modern yang semakin pesat bermunculan, ternyata pasar tradisional juga masih eksis hingga kini. Masyarakat jawa khususnya Yogyakarta yang masih kental dengan budayanya dapat dilihat dari sistem pasar yang masih berdasar pada perhitungan weton (pasaran). Pasarannya yaitu legi, pahing, kliwon, pon dan wage. Di saat-saat inilah biasanya pasar tradisional akan ramai dikunjungi oleh pedagang maupun pembeli. Dan berbagai strategi *survive* pasar pahing di era globalisasi dipengaruhi oleh berbagai hal, di antaranya peran pemerintah yang senantiasa mengakomodasi pasar tradisional yaitu memberi perlindungan pasar tradisional terhadap pesatnya perkembangan pasar modern. Upaya yang dilakukan adalah jarak toko modern, mengatur tata letak bangunan agar tidak berdekatan dengan pasar tradisional, pembatasan jam buka, meskipun ini belum ada hukum tetapnya. Di samping itu, budaya, sosial dan ekonomi juga merupakan hal yang mempengaruhi eksisnya pasar tradisional di era *globalisasi* ini.

[4] http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/6320

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Persamaan antara penelitian yang dilakukan peneliti saat ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama mengkaji tentang keberadaan sesuatu hal yang dapat berupa tempat, produk, hasil karya dll. Yang bisa bertahan sampai sekarang dan tidak tergerus oleh perkembangan zaman.

Perbedaannya yaitu penelitian terdahulu menggunakan pembahasan tentang peran pemerintah yang ikut berkontribusi dalam mengakomodasi suatu hal agar memberikan perlindungan terhadap suatu hal tersebut supaya tidak hilang begitu saja dan tetap bisa bertahan.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Kus Endang Mastuti, pada tahun 2010 tentang "Strategi Majalah Swara Qur'an Dalam Menghadapi Persaingan Media"[5]. Pada saat ini, perkembangan media sangat pesat, baik dari media elektronik maupun media cetak. Banyak majalah yang bermunculan mewarnai media saat ini. Pada masa kini, lazim disebut sebagai "peradaban masyarakat informasi". Banyaknya majalah yang khusus memuat tentang ajaran agama, membuat keberadaan majalah swara qur'an yang selama bertahun-tahun telah menghiasi media kita semakin tersaingi. Majalah swara qur'an adalah majalah yang rubriknya khas membahas tentang masalah-masalah yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari dengan solusi yang berdasarkan kandungan Al-Qur'an dan Hadist. Persaingan di sini adalah persaingan dalam menjaring pembaca. Majalah swara qur'an

[5] http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/4178

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akan semakin sulit untuk mempertahankan eksistensinya. Untuk menghadapi masalah yang serius ini, Majalah swara qur'an harus memiliki strategi-strategi yang dapat mempertahankan eksistensi, sehingga bisa diterima oleh masyarakat. Strategi yang menjadikan majalah swara qur'an tetap diminati oleh pembaca dengan menyajikan majalah yang kualitasnya semakin baik. Strategi dalam dakwah islamiyah tentang aturan-atuaran yang sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadist.

Persamaan antara penelitian yang dilakukan peneliti saat ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama mempertahankan eksistensi majalah agar tetap bisa menarik minat konsumen media cetak khususnya majalah agar tetap bisa bersaing dengan media-media cetak lainnya.

Perbedaannya yaitu penelitian terdahulu memiliki Strategi masing-masing dalam menarik minat konsumen, Majalah swara qur'an lebih memprioritaskan penikmat pembaca yang rubriknya khas membahas tentang masalah-masalah yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari dengan solusi yang berdasarkan kandungan Al-Qur'an dan Hadist dan memiliki Strategi dalam dakwah islamiyah tentang aturan-atuaran yang sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadist. Sedangkan majalah Surabaya City Guide lebih memprioritaskan strategi komunikasi bisnis didalamn perusahaan agar mencapai tujuan yang di inginkan yaitu sebagai *Free Magazine* yang tetap bisa bertahan sampai sekarang dan lebih condong pada berita-berita yang terjadi seputar Kota Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Definisi Konsep

Pada dasarnya konsep merupakan unsur pokok dari penelitian dan suatu konsep sebenarnya definisi singkat dari sejumlah fakta atau gejala yang ada[6].

a. Strategi

Menurut Onong Uhjana Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi dan prakteknya, yaitu :

"Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan *(Planning)* dalam manajemen *(Management)* untuk mencapai tujuan tersebut, Strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, Melainkan harus mampu menunjukkan taktik operasionalnya".

Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan panduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan managemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi Komunikasi ini harus mampu menunjukan bagaimana operasionalnya secara paraktis harus dilakukan. Dalam arti kata bahwa pendekatan *(approach)* bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.[7]

---

[6] Poerdarminta, W.J.S, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, (Jakarta : Balai Pustaka, 1982), hlm. 288.

[7] Prof.Drs.Onong Uchjana Effendy,M.A. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 1990), hlm 32.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Komunikasi Bisnis

Komunikasi Bisnis terdiri dari dua kata yaitu komunikasi dan bisnis. Bisnis adalah aktifitas manusia yang berkaitan dengan pembelian atau penjualan (pertukaran) barang atau jasa untuk memperoleh keuntungan. Pengertian yang luas dari Lawrence D. Brennan menggambarkan bisnis sebagai : *"a dynamic structure of interchanging ideas, fellings and cooperative efforts to get profit"*, suatu struktur yang dinamis dari pertukaran gagasan, perasaan dan usaha untuk mendapatkan keuntungan. Suatu bisnis hanya mungkin berlangsung jika ada dua orang atau lebih berinteraksi dan berkomunikasi. Bisnis dapat dilakukan seseorang, namun demikian pada umumnya bisnis dilakukan oleh suatu badan (organisasi), yaitu bentuk kerjasama dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan tertentu. Organisasi mustahil dapat berjalan tanpa jaringan komunikasi antar individu, seperti kata Raymond V. Lesikar *"without communication, there be no organization"*, tanpa komunikasi tidak ada organisasi.[8]

Definisi diatas, menjelaskan bahwa tanpa komunikasi tak akan ada bisnis. jadi, Bisa ditarik kesimpulan bahwa pengertian komunikasi bisnis adalah komunikasi yang dilakukan antar manusia, manusia dengan institusi

[8] Soeganda Priyatna dan Elvinaro Ardianto, Tujuh *Pilar Strategi Komunikasi Bisnis* (Bandung : Widya Padjajaran, 2009), hlm. 24.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan institusi dengan institusi yang berkaitan dengan pertukaran barang atau jasa untuk memperoleh profit.[9]

c. Free Magazine

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Free* merupakan Cuma-Cuma, bebas, gratis. Gratis mempunyai arti Cuma-Cuma (tidak dipungut bayaran), jadi, intinya sesuatu yang tidak perlu mengeluarkan uang dalam mendapatkan sesuatu tersebut.[10] Sedangkan *Magazine* merupakan majalah, Edisi perdana majalah diluncurkan di Amerika pada pertengahan 1930-an yang memperoleh kesuksesan besar. Majalah telah membuat segmentasi pasar tersendiri dan membuat fenomena baru dalam dunia media massa cetak di Amerika. Munculnya nama-nama seperti *Scientific American, Pschology Today, dan Playboy*. Secara aktif membentuk segmen pembaca baru.[11]

Dalam perkembangannya sampai sekarang Majalah adalah sebuah media publikasi atau terbitan secara berkala yang memuat artikel – artikel dari berbagai penulis. Selain memuat artikel, Majalah juga merupakan publikasi yang berisi cerita pendek, gambar, review, ilustrasi atau fitur lainnya yang mewarnai isi dari majalah. Oleh karena itu, majalah dijadikan salah satu pusat

[9] Ibid, hlm 24.
[10] M. Echols John, *Kamus Inggris-Indonesia*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 1976), hlm 256.
[11] Drs. Elvinaro Ardianto, Msi, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*, (Bandung : Simbiosa Rekatama Media, 2009), hlm 114.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

informasi bacaan yang sering dijadikan bahan rujukan oleh para pembaca dalam mencari sesuatu hal yang diinginkannya.

Majalah dapat dibedakan menurut pembaca pada umumnya atau kelompok pembaca yang menjadi target pasarnya, yaitu majalah dapat diklasifikasikan menurut segmen demografis (usia atau jenis kelamin), atau pun pembedaan secara psikografis dan geografis atau dapat dilihat dari segi kebijakan editorialnya. Sebagai contoh untuk majalah yang terbitnya berdasarkan keadaaan demografis misalnya majalah gadis, majalah yang diperuntukkan untuk wanita. Sedangkan, Majalah yang berdasarkan pengelompokan geografis (wilayah), misalnya majalah sekolah. Berbagai bahasan artikel informasi yang diulas dalam majalah - majalah tersebut tentunya disesuaikan dengan karakter dan gaya bahasa target *audience*nya, begitu pula dengan gaya pendekatan dalam hal tampilan atau desain majalahnya.

Didalam suatu majalah terkandung banyak elemen – elemen grafis seperti gambar, tipografi, warna, ilustrasi dan elemen lainnya yang dimana hal itu untuk memperindah isi majalah dan untuk menarik perhatian masyarakat untuk membacanya. Majalah juga harus memiliki konsep atau target segmentasi yang jelas dan sesuatu hal yang berbeda dengan majalah lainnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Agar dapat terlihat oleh masyarakat memiliki ciri khas serta keunggulan dari majalah – majalah pesaing.[12]

G. Kerangka Pikir Penelitian

Kerangka pikir merupakan sebuah cara kerja yang dilakukan oleh peneliti untuk menyelesaikan permasalahan yang akan ditelti. Dalam penelitian ini, akan dilihat bagaimana Strategi Komunikasi Bisnis *Free Magazine* Majalah Surabaya City Guide. Peneliti sebelumnya melihat fenomena yang muncul dan menarik dari fenomena dari perkembangan media massa sekarang ini khususnya media massa cetak seperti majalah, koran dll. Yang sudah menjadi salah satu kebutuhan untuk dapat memperoleh informasi yang ada khususnya informasi seputar Kota Surabaya. Misalkan informasi mengenai 7 destinasi Hotel berbintang di Kota Surabaya.

Dari sinilah, peneliti menggunakan teori sistem, teori sistem memandang organisasi sebagai kaitan bermacam-macam komponen yang saling bergantung satu sama lain dalam mencapai tujuan organisasi. Setiap bagian mempunyai peran masing-masing dan berhubungan dengan bagian-bagian lain dan karena itu koordinasi penting dalam teori ini.

Teori Sistem Fisher adalah seperangkap prinsip yang terorganisasikan secara longgar dan sangat abstrak, yang berfungsi mengarahkan pikiran namun terikat pada berbagai penafsiran. Interpendensi menunjukkan bahwa terdapat suatu yang saling bergantung diantara komponen-konponen atau

[12] http://rahdinalspaceart.blogspot.com/2011/11/definisi-majalah-majalahadalah-sebuah.html

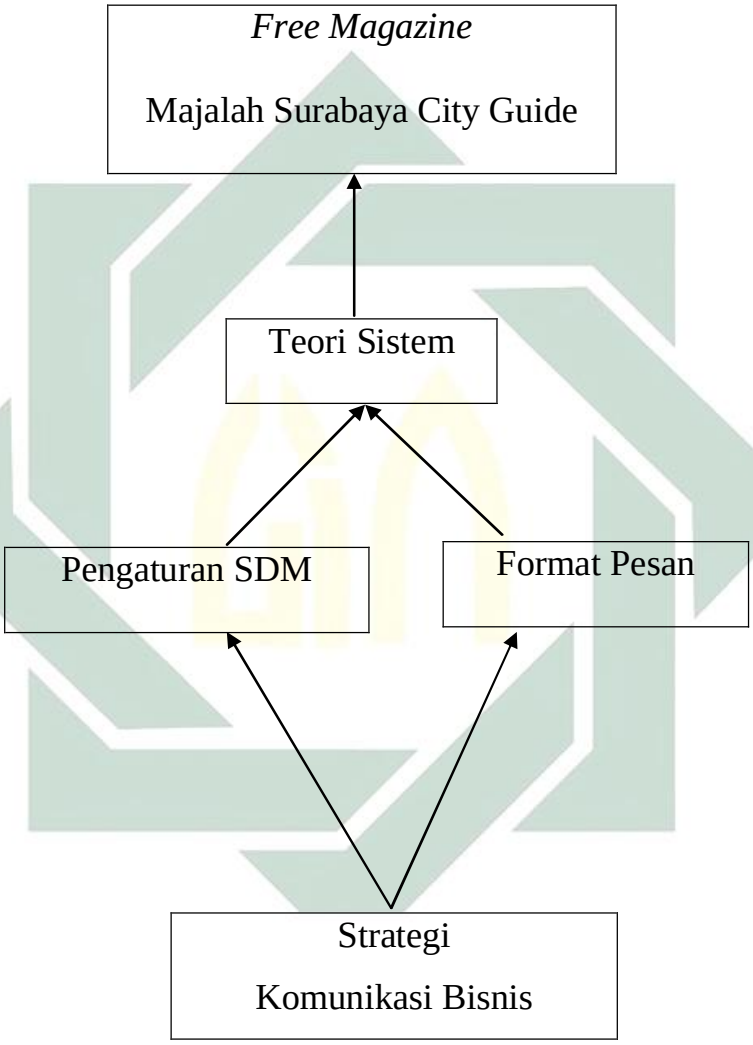
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

satuan-satuan suatu sistem. Suatu perubahan pada suatu komponen membawa perubahan pada komponen lainnya.[13] Teori sistem menangani hakekat saling hubungan yang kompleks dari organisasi manusia dan menguraikan bagimana organisasi bertumbuh dan berkembang. Weick menggunakan teori sistem untuk menjelaskan pengaruh informasi yang berasal dari luar organisasi ke dalam internasl organisasi dan sebaliknya, untuk memahami bagaimana organisasi mempengaruhi lingkungan eksternalnya. [14]

[13] R. Wayne Pace Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi*, (Bandung : Pt. Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 64.
[14] http:/sulastomo.blogspot.com/2010/12/teori-komunikasi-organisasi.html

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adapun ilustrasi kerangka pikir penelitian Strategi Komunikasi Bisnis *Free Magazine* Majalah Surabaya City Guide, yaitu :



Dari gambar sistematika diatas dapat diketahui bahwa strategi pada hakikatnya adalah perencanaan *(Planning)* dalam manajemen *(Management)* untuk mencapai tujuan. Maka dari itu komunikasi bisnis penting di dalamnya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunikasi bisnis adalah komunikasi yang dilakukan antar manusia, manusia dengan institusi dan institusi dengan institusi yang berkaitan dengan pertukaran barang atau jasa untuk memperoleh profit. Di majalah Surabaya City Guide terdapat beberapa orang yang mempunyai jabatan yang berbeda-beda namun memiliki visi dan misi serta tujuan yang sama yaitu ingin menjadikan majalah Surabaya City Guide menjadi majalah revensi Kota Surabaya dan bisa bersaing dengan media-media cetak lain khusunya majalah, Sehingga terciptalah salah satunya strategi pesan yang dilakukan majalah Surabaya City Guide yang mencakup pengaturan sdm (sumber daya manusia) yang akan bermuara pada suatu tema pokok yaitu ide pokok *(main idea)*, yang dapat memotivasi orang-orang untuk melakukan apa yang diinginkan dengan menggabungkan atau menyelaraskan tujuan atau maksud pengirim pesan dengan tujuan mereka. dan juga format pesan dengan memperhatikan pesan-pesan yang akan muat dalam bentuk berita sehingga pesan-pesan tersebut dapat menarik pemasang iklan untuk memasang berbagai macam iklan namun, tetap dalam konteks format pesan yang sesuai dengan majalah Surabaya City Guide, kemudian berlanjut pada teori yang digunakan yaitu teori sistem Fisher, teori sistem Fisher memandang organisasi sebagai kaitan bermacam-macam komponen yang saling bergantung satu sama lain dalam mencapai tujuan organisasi. Setiap bagian mempunyai peran masing-masing dan berhubungan dengan bagian-bagian lain dan karena itu kordinasi penting dalam teori ini dan Interpendensi menunjukkan bahwa terdapat saling

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bergantung diantara komponen-konponen atau satuan-satuan suatu sistem. Suatu perubahan pada suatu komponen membawa perubahan pada komponen lainnya, namun tetap pada tujuan organisasi. Sehingga tercipta majalah Surabaya City Guide dapat bersaing dengan media cetak lainnya khusunya majalah yang beredar di Kota Surabaya dan pada akhirnya majalah Surabaya City Guide bisa bertahan sampai sekarang.

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti membahas tentang Strategi Komunikasi Bisnis *Free Magazine* Majalah Surabaya City Guide, untuk itu peneliti menggunakan metode kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor, metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang mereka amati.[15] Berdasarkan sifat realitas, metode kualitatif mengandung persepsi subjektif bahwa realitas (komunikasi) bersifat ganda, rumit, semu, dinamis (mudah berubah), dikonstuksikan, dan holistic ; kebenaran realitas bersifat relatif.[16] Peneliti memahami bahwa jenis penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian kualitatif yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kualifikasi lainnya. Peneliti akan meneliti secara mendalam mengenai Strategi Komunikasi Bisnis *Free*

[15] Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif,* (Bandung : Remaja Rosda Karya, 2007), hlm. 3.
[16] Mahi M. Hikmat, *Metode Penelitian Dalam perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 37.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Magazine Majalah Surabaya City Guide di kota Surabaya karena peneliti bermaksud untuk meneliti bagaimana Strategi Komunikasi Bisnis *Free Magazine* Majalah Surabaya City Guide di kota Surabaya dapat bersaing dengan majalah-majalah lain yang mempunyai sajian yang inovatif, kreatif dan informative. Sehingga tetap bisa bertahan keberadaannya sampai sekarang.

a. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian sistem *(sistem approach),* Pendekatan sistem terhadap pendekatan organisasi mengimplikasikan bahwa organisasi terdiri dari sub-sub bagian yang saling berhubungan. Jika salah satu sub bagian ini mempunyai performa yang buruk, Maka akan timbul dampak yang negative terhadap performa keseluruhan sistem.

Keefektifan membutuhkan kesadaran dan interaksi yang berhasil dengan konstituensi lingkungan. Manajemen tidak boleh gagal dalam mempertahankan hubungan yang baik dengan para pelanggan, pemasok, lembaga pemerintahan, serikat buruh, dan konstituensi sejenis yang mempunyai kekuatan untuk mengacaukan operasi organisasi yang stabil.

Pendekatan sistem terhadap pendekatan organisasi mengimplikasikan bahwa organisasi terdiri dari sub-sub bagian yang saling berhubungan. Jika salah satu sub bagian ini mempunyai performa yang buruk, maka

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akan timbul dampak yang negative terhadap performa keseluruhan sistem.[17]

b. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif, karena kualitatif adalah suatu penelitian yang menggunakan lingkungan alamiah sebagai sumber data. Dengan maksud peneliti mengamati, mencatat, bertanya, menggali sumber yang erat hubungannya dengan peristiwa yang terjadi saat itu dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.[18]

2. Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian

a. Subyek

Subyek penelitian ini adalah

1. Nama : Achmad Zainal Alim

   Jenis Kelamin : Laki-laki

   Tempat, Tanggal Lahir : Sumenep, 5 Maret 1974

   Pendidikan (Terakhir) : S1 Ilmu Komunikasi Universitas Hang Tuah Surabaya

   Jabatan : Pemimpin Redaksi

   Tugas Jabatan :

[17] http://aboutmee01.blogspot.com/2013/08/pendekatan-pendekatan-organisasi.html

[18] Lexy J. Moleong, *Metodoldogi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 178.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bertanggung jawab terhadap isi redaksional atau redaksi penerbitan, perencanaan, liputan, evaluasi dan pelaporan di majalah Surabaya City Guide.

2. Nama : Anton Kusnanton

   Jenis Kelamin : Laki-laki

   Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 18 Juni 1981

   Pendidikan (Terakhir) : S1 Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang

   Jabatan : Staff Fotografer

   Tugas Jabatan :

   Memenuhi kebutuhan foto di majalah Surabaya City Guide.

3. Nama : Dukut Noeghroho

   Jenis Kelamin : Laki-laki

   Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 7 Juni 1974

   Pendidikan (Terakhir) : S1 Ekonomi Universitas Surabaya

   Jabatan : Artistik

   Tugas Jabatan :

   Mendesaign cover, melay out setiap halaman dengan naskah, foto, angka-angka dan semua yang berhubungan dengan tampilan majalah Surabaya City Guide.

4. Nama : Agung Prabowo

   Jenis Kelamin : Laki-laki

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tempat, Tanggal Lahir : Madiun, 6 Juni 1971

Pendidikan (Terakhir) : S1 Kedokteran Universitas Hang Tuah Surabaya

Jabatan : Marketing Manager

Tugas Jabatan :

Mencari iklan, mempromosikan majalah Surabaya City Guide, mengembangkan bisnis majalah Surabaya City Guide.

b. Obyek

Obyek penelitian ini adalah Media komunikasi bisnis majalah Surabaya City Guide dengan menekankan pada manajemen pengelolaan.

c. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Suara Surabaya Media Di Jl. Wonokitri Besar 40 C Surabaya.

3. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data :

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer : data primer merupakan data pokok yang dibutuhkan. Data primer diperoleh dari responden yang dilakukan dengan proses wawancara mengenai Bagaimana Strategi Komunikasi Bisnis *Free Magazine* Majalah Surabaya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

City Guide agar bisa bersaing dengan majalah lain. Berdasarkan kuisioner-kuisioner yang telah ditentukan.

2. Data Sekunder : data sekunder merupakan data yang mendukung data primer. Dalam penelitian ini data sekundernya berdasarkan sumber-sumber yang kedua dari data primer yaitu pusat studi perpustakaaan serta komponen-komponen yang berada disekitar narasumber yang patut untuk dijadikan data sekunder.

b. Sumber Data

Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu informan dari Pemimpin redaksi majalah Surabaya City Guide dan beberapa karyawan yang berada di Majalah Surabaya City Guide. Sedangkan sumber data sekunder didapat dilapangan yang diteliti, serta sumber-sumber lain seperti buku umum, internet yang membantu peneliti dalam melengkapi data-data yang dibutuhkan.

4. Tahap-Tahap Penelitian

Untuk melakukan sebuah penelitian kualitatif, perlu melaksanakan tahapan-tahapan yang akan dilalui dalam proses penelitian. Untuk itu peneliti harus menyusun tahap-tahap penelitian secara sistematis agar diperoleh hasil penelitian yang sistematis pula. Adapun beberapa tahapan dalam sebuah penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Tahap Pra-Lapangan

Tahap ini adalah tahap awal dimana peneliti memulai dengan menentukan tema dan judul penelitian, menyiapkan proposal penelitian, menentukan lokasi dan mengurus perijinan, menentukan informan, serta mengatur jadwal wawancara dengan narasumber yang berkompeten sesuai dengan konsep penelitian ini. Pada tahap ini digunakan sebagai penentu hal-hal hal yang berkaitan dengan persiapan sebelum memasuki lokasi penelitian.

b. Tahap Pekerja Lapangan

Dalam tahapan ini dilakukan kegiatan pencarian data, wawancara serta observasi di lokasi penelitian yaitu Suara Surabaya Media yang sesuai dengan syarat dan ketentuan yang telah dipilih guna mendapatkan data pendukung yang valid dan relevan sesuai penelitian.

5. Teknik Pengumpulan data

1. Observasi Langsung

Observasi Langusng adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa pertolongan alat standart lain untuk keperluan tersebut. Dalam kegiatan sehari-hari, kita selalu menggunakan mata untuk mengamati sesuatu. Hal ini dilakukan sehingga tidak menggantung data dari ingatan seseorang. Observasi langsung juga dapat memperoleh data dari subyek baik yang tidak dapat berkomunikasi secara verbal atau yang tak mau

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berkomunikasi verbal. Dalam hal ini, observasi yang dilakukan adalah dengan mengamati apa yang akan dilakukan pemimpin umum sampai marketing dalam konteks komunikasi bisnis

2. Wawancara Mendalam (*In Depth Interview*)

Menurut Deddy Mulyana, wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu[19]. Wawancara secara global dibagi menjadi dua macam yaitu wawancara berstruktur dan wawancara tidak berstruktur. Dalam penelitian ini, jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara tidak berstruktur, yang dikenal juga dengan sebutan wawancara informal. Wawancara ini bersifat fleksibel, karena dapat disesuaikan dengan kondisi informan. Kondisi yang dimaksud yaitu: usia, jenis kelamin, latar belakang sosial, dan juga tingkat pendidikan.

Memperkuat pernyataan Deddy, Britha Mikkelsen juga mengatakan bahwa salah satu kekuatan wawancara informal adalah membuat pertanyaan jadi relevan, karena selain dibangun atas dasar pengamatan, pertanyaan juga disesuaikan dengan keadaan orang yang diwawancarai[20] Disini dibutuhkan kecakapan seorang peneliti

[19] Deddy Mulyana, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2004), hlm.180.
[20] Britha Mikkelsen, *Metode Partisipatoris* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005), hlm. 73.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk berkomunikasi dengan baik. Dengan komunikasi yang tepat, yang diperoleh bukan hanya data yang penting saja, tetapi juga informasi tambahan yang dapat melengkapi data yang sudah ada. Dalam penelitian ini peneliti berusaha mencari data sebanyak mungkin melalui wawancara terhadap para informan, terutama dengan informan kunci.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan data historis yang berisi data sosial dan fakta dokumentasi. Peneliti mencari dan mengumpulkan data-data tertulis yang berhubungan dengan permasalahan yang tengah diteliti. Data-data yang dimaksud yaitu dokumen atau data-data tertulis yang berkaitan dengan fokus permasalahan termasuk foto-foto.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dari mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat di rumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Dalam penelitian ini, digunakan teknik analisis induktif yang berangkat dari kasus-kasus bersifat khusus berdsarkan pengalaman nyata yang mencakup ucapan atau perilaku subjek penelitian atau situasi lapangan penelitian, untuk kemudian dirumuskan menjadi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

model, konsep teori atau definisi yang bersifat umum.[21] Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah model analisis interaktif. Model analisis interaktif ini dilakukan dengan tiga langkah analisis data kulaitatif yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi.

a. Reduksi Data

Proses pemilihan, pemusatan, perhatian, penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Sebagaimana diketahui, reduksi data berlangsung secara terus-menerus selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadilah tahapan reduksi selanjutnya (membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi, menulis memo). Reduksi data / proses transformasi ini berlanjut terus sesudah penelitian lapangan, sampai laporan akhir tersusun.

b. Penyajian Data

Penyajian sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Beraneka penyajian yang dapat ditemukan dalam kehidupan sehari-hari mulai dari alat pengukur bensin, surat kabar,

[21] Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 156.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sampai layar komputer. Dengan melihat penyajian-penyajian dapat dipahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan lebih jauh menganalisa atau mengambil tindakan berdasarkan atas pemahaman yang didapat dari penyajian-penyajian tersebut.

c. Menarik Kesimpulan atau Verifikasi

Penarikan kesimpulan hanyalah sebagian dari suatu kegiatan dan konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi itu mungkin sesingkat pemikiran kembali yang melintas dala pikiran penganalisis selama ia menulis, suatu tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan, atau mungkin menjadi begitu seksama dan memakan tenaga dengan peninjauan kembali serta tukar pikiran diantara teman-teman sejawat untuk mengembangkan kesepakatan intersubjektif atau juga upaya-upaya yang luas untuk menempatkan temuan dalam seperangkat data yang lain. Singkatnya, makna-makna yang muncul dan data harus diuji kebenarannya, kekokohannya, dan kecocokannya, yakni yang merupakan validitasinya.

7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, perpanjangan pengamatan, serta meningkatkan ketekunan. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dari luar data yang telah diperoleh

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut.[22] Perpanjangan pengamatan dilakukan untuk menggali data lebih mendalam, karena hubungan peneliti dan informan semakin akrab, tidak menutup kemungkinan informan akan semakin terbuka, saling mempercayai, sehingga peluang untuk mendapatkan data yang lebih mendalam. Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dalam meningkatkan ketekunan, peneliti akan melakukan cara membaca berbagai referensi untuk memperkaya pengetahuan guna memerikasa data yang telah diperoleh.

I. Sistematika Pembahasan

Dalam Penelitian ini memiliki sistematika pembahasan, yang dapat dipakai untuk memudahkan bagi peneliti untuk memahami tatanan pembahasan yang akan dikajinya, serta memberikan gambaran yang lebih jelas pada penelitian Strategi Komunikasi Bisnis *Free Magazine* Majalah Surabaya City Guide, adapun sistematika pembahasan ini terdiri dari lima bab, yaitu:

Bab pertama, Pada bab ini peneliti menulis beberapa hal yang berkaitan dengan perencanaan yang akan dilakukan sebelum dilakukannya penelitian, yaitu dengan membuat proposal penelitian. Pada bab ini

[22] Lexy J. Moleong, *Metodoldogi Penelitiann Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 178.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

meliputi A. Latar Belakang B. Rumusan Masalah C. Tujuan Penelitian D. Manfaat Penelitian E. Penelitian Terdahulu F. Definisi Konsep G. Kerangka Penelitian H. Metode Penelitian I. Sistematika Pembahasan.

Bab kedua yaitu kajian teoritis. Pada kajian teoritis ini peneliti menyajikan 2 item yang menyangkut pembahasan. Item yang pertama ada sebuah tinjauan kajian pustaka dan item kedua kajian teori.

Bab ketiga yaitu Penyajian data, yang membagi pembahasan menjadi 2 item, yaitu : pertama profil data penelitian. *kedua*, deskripsi hasil penelitian.

Bab keempat yaitu Interpretasi hasil penelitian, yang meliputi analisis data dan konfirmasi temuan dengan teori.

Bab kelima yaitu penutup. Pada bab ini merupakan bab akhir dari penelitian yang berisi tentang kesimpulan dan rekomendasi yang dapat dijadikan suatu kontribusi yang positif bagi semua pihak.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id