

BAB III
PENYAJIAN DATA

A. Deskripsi Subyek, Objek dan Lokasi Penelitian

1. Deskripsi Subyek

a. Personal Data

Name : Taufik M Zuhdi

Home address : Manyar Tirtoyoso No.2 Pacitan

Handphone : 08121618134

Education

- S1 Hubungan Internasional Universitas Airlangga
Surabaya

Working Experience

- Manager Marketing Communication Harian Surya PT.
Antar Surya Media Surabaya

Job Description

- Bertanggung jawab terhadap semua event
- Menyusun konsep event
- Pengambil kebijakan dan keputusan di Marcomm

b. Personal data

Name : Andik Tri Susanto

TTL : Nganjuk, 21 Januari 1985

Home address : Jl. Sindoro 29 Perum Pepelegi Waru Sidoarjo

Handphone : 085648034200

Email : andik.ts@gmail.com

Education

- SMAN 1 Tanjung Anom
- PENS-ITS Teknik Elektro D4

Working Experience

- 2007-2011 Supervisor PT. Mitra Kerja Utama
Surabaya
- 20011- Sekarang Staf Marketing Communication
Harian Surya PT. Antar Surya Media Surabaya

Job Description

- Menghandle event surya muda
- Menghandle kerjasama proposal masuk
- Menghandle event car free day
- Meeting dengan klien
- Membuat rincian bentuk kerjasama untuk event
- Membuat dan menyusun project report event
- Melakukan project report pasca event kepada pihak sponsor

c. Personal data

Name : Nuradji

Home address : Jl.Semolowaru Utara VI no. 8 A

Telephone : 5928073

Handphone : 085730205696

Email : ajinur2003@yahoo.com

Education

- SMAN 20 Surabaya

Working Experience

- PT. Tunas Praja Dhistikin GKS
- Staf Marketing Communication Harian Surya PT. Antar
Surya Media Surabaya

Job Description

- Menghandle administrasi (anggaran) event
- Menghandle media promosi & publikasi event (spanduk, banner, poster dsb)
- Melayani informasi dan Pendaftaran event
- Menyiapkan seluruh peralatan & perlengkapan event
- Melayani dan menerima proposal dari sponsor
- Membantu event keseluruhan

d. Personal data

Name : Rachmad Hariyanto
Telephone : 8534204
Handphone : 081938393836
Email : vegarachmadfull@yahoo.com

Education

- Universitas Negeri Surabaya

Working Experience

- Staf Marketing Communication Harian Surya PT. Antar
Surya Media Surabaya

Job Description

- Menghandle event
- Menghandle kerjasama eksternal
- Menawarkan proposal kerjasama kepada pihak sponsor
- Melakukan lobby dan negosiasi perizinan pada pihak yang
berwajib

Peneliti memilih Mas Taufik M Zuhdi, Andik Tri Susanto, Mas Nuradji dan Mas Rachmad Hariyanto sebagai subyek utama dalam penelitian ini karena mereka adalah orang yang paling tepat dan paling berkompeten dibidangnya.

2. Deskripsi Objek

a. Sejarah Harian Surya

HARIAN PAGI SURYA

gambar 6. Logo Harian Surya

Diawali pada 24 Oktober 1983 di Jalan Bubutan 17 Surabaya sejumlah wartawan yang di pimpin oleh Ivan Harsono, mendirikan PT. Antar Surya Media, Sebuah perusahaan percetakan dan Penerbitan. Pendiri perusahaan ini di motori Post Kota Group, yaitu perusahaan penerbitan di Jakarta yang antara lain mendirikan harian Post Kota. Perusahaan ini berbadan hukum perseroan terbatas (PT) yang di tuangkan

dalam akte pendirian persero no 63 di depan notaris Lukito SH di Surabaya. Akte ini kemudian di sempurnakan dengan akte no 57 tanggal 30 Oktober 1985 di depan notaris yang sama dan selanjutnya di daftarkan dalam lembaran negara dengan nomor 02-1350-NT-0101 tanggal 18 Februari 1986.

Tahun 1986 dengan Surat Izin Usaha Penerbitan Pers SK Menpeg No. 202/SK/MENPEN/A.7/1986/, Tanggal 28 Juni 1986, PT. Antar Surya Media menerbitkan surat kabar mingguan Surya. Pertumbuhan oplah mingguan ini cukup menggembirakan hingga mencapai 25.000 eksemplar setiap terbit dengan jangkauan distribusi di Surabaya dan beberapa kota di Jawa Timur.

Pada Tahun 1989 Kelompok Kompas Gramedia (Jakarta) yang diantara lain menerbitkan harian Kompas, menjajagi kemudian bekerjasama dengan Post Kota Group. Akhirnya terjadilah kerjasama itu yang kemudian di tandai dengan terbitnya Harian Surya pada 10 November 1989. Sejak saat itu Pula Divisi di PT. Antar Surya Media bertambah satu yaitu divisi bisnis, dan kegiatan operasional PT. Antar Surya Media khususnya divisi bisnis dan penerbitan berpindah ke lokasi di Jalan Basuki Rahmat 93-95 Surabaya. Pada 24 maret 1997 divisi bisnis dan divisi penerbitan pindah ke Jalan Raya Margorejo Indah D-108 Surabaya, Gedung PT. Antar Surya Media sendiri dan percetakannya berada di Jalan Kyai Abdul Karim 37-39 Surabaya. Kemudian pada tanggal 16 November 2009 pindah ke Jalan Rungkut Industri No. 68-70 SIER Surabaya dengan alasan supaya antara percetakan dan kantor

Redaksi berada dalam satu tempat sehingga memudahkan proses kerja karyawan.

Oplah Harian Surya Juga terus menanjak dari waktu ke waktu dari 75.000 eksemplar perhari sampai pernah mencapai 250.000 perhari dengan jumlah halaman bervariasi dari 16-24.

Bergabungnya Kelompok Kompas Gramedia (KKG) mengelola PT. Antar Surya Media ini membawa pengaruh pada komposisi saham. Jika sebelumnya 100 % saham PT. Antar Surya Media di miliki oleh Post Kota Group maka dengan bergabungnya kelompok Kompas Gramedia, Saham Post Kota menjadi 50 % dan 50 % lainnya menjadi milik KKG. Dari masing-masing saham sebesar 50 % tersebut, 10 % di antaranya di alokasikan untuk saham karyawan PT. Antar Surya Media.

Pada Mei 2001, KKG mengambil alih seluruh saham Post Kota di PT. Antar Surya Media. Dengan demikian, Sejak saat itu PT. Antar Surya Media Bergabung sepenuhnya dengan KKG. Sebagai konsekuensi, organisasi, manajemen dan karyawan berada dalam pengawasan KKG. Dan di bawah KKG inilah, PT. Antar Surya Media semakin berkembang ke arah perusahaan yang lebih profesional.

Saat ini Harian Surya sebagai produk unggulan PT. Antar Surya Media terbit tujuh hari dalam sepekan, melayani masyarakat sebagai konsumen media di seluruh kota/kabupaten di Jawa Timur. Dengan oplah sebanyak 122.817 eksemplar, 34 persen pembaca **Harian Surya** adalah perempuan, dan 66 persen pembaca laki-laki. Berdasarkan riset **IMS Nielsen (Wave 3 - 2008)**, pembaca **Harian Surya** mengalami pertumbuhan

22,4 persen, dengan penyebaran meliputi 62.053 eksemplar di Surabaya, 22.129 eksemplar di Malang Raya, 21.850 di Poros Barat (Bojonegoro, Mojokerto, Madiun, Kediri) dan 16.785 di Poros Timur (Pulau Madura, Pasuruan, Probolinggo, Jember, Banyuwangi).

Jumlah Karyawan PT.Antar Surya Media hingga 2011 sekitar 500 orang, perusahaan mengikut sertakan semua karyawan dalam program dana pensiunan. Lembaga yang di tunjuk untuk menangani hal ini adalah dana pensiunan lembaga keuangan Bank BNI 46.⁶⁸

b. Visi & Misi Harian Surya

Visi

Menjadi perusahaan media massa dan percetakan terbesar, terbaik di Jawa Timur dan Indonesia Timur.

Misi

Menjalankan bisnis secara sehat yang menguntungkan bagi shareholder, karyawan dan masyarakat serta berorientasi pada kepuasan pelanggan.⁶⁹

⁶⁸ Dokumen Harian Surya, diambil Selasa 22 Mei 2012

⁶⁹ Dokumen Harian Surya, diambil Selasa 22 Mei 2012

3. Lokasi Penelitian

Penelitian bertempat di kantor Harian Surya Jalan Raya Rungkut Industri III No. 68 & 70 SIER Surabaya Telp 031- 8419000 Fax. 031-8470000, Website www.surya.co.id.

B. Deskripsi Data Penelitian

Dalam setiap penelitian tujuan yang hendak di capai adalah untuk menemukan jawaban atas permasalahan yang ada dan merupakan salah satu tahapan penting dalam proses penelitian adalah proses pengumpulan data yang diperoleh setelah data dan fakta hasil pengamatan empiris disusun lalu diolah yang kemudian ditarik makna dalam bentuk pertanyaan atau kesimpulan yang bersifat umum.

Demi meningkatkan brand image atau citra merek Harian Surya di mata para pembaca maupun masyarakat luas pada umumnya, maka marketing communication Harian Surya melakukan berbagai macam strategi yang efektif dan tepat sasaran. Akan tetapi dalam setiap strategi yang di lakukan tentunya seringkali ditemui beragam macam kendala ataupun hambatan baik yang berasal dari internal maupun dari eksternal perusahaan.

1. Strategi Marketing Communication Harian Surya dalam Meningkatkan Brand Image

Dalam upaya meningkatkan brand image Harian Surya di masyarakat, marketing communication Harian Surya membuat strategi dengan menyelenggarakan special event. Hal tersebut sebagaimana juga disampaikan oleh Mas Taufik selaku manager marketing communication Harian Surya Surabaya.

“ Dalam upaya meningkatkan brand image Harian Surya Surabaya di masyarakat, kami marketing communication membuat strategi special event yang dilakukan secara periodik mas ”⁷⁰

Dalam menyelenggarakan special event marketing communication Harian Surya melakukan proses perencanaan terlebih dahulu, Proses perencanaan marketing communication Harian Surya diawali dengan penemuan fakta, fakta ini berdasar pada hasil riset dan survey AC Nielsen serta tujuan perusahaan yang hendak di capai yaitu menjadi surat kabar regional terbesar di Jawa Timur. Berdasarkan pada tujuan tersebut marketing communication membuat perencanaan program, perencanaan program dibuat dengan mempertimbangkan kondisi pasar, hasil dari proses perencanaan di divisi marketing communication Harian Surya Surabaya menghasilkan special event atau penyelenggaraan acara sebagai strategi untuk meningkatkan brand image Harian Surya di masyarakat. Event-event tersebut di selenggarakan di Surabaya dan di daerah-daerah di Jawa Timur dan diakhiri dengan evaluasi baik internal maupun eksternal perusahaan

⁷⁰ Hasil Wawancara dengan Mas Taufik (Manager Marketing Communication Harian Surya), Rabu 17 Juli 2012, 11:09 AM

Special Event atau penyelenggaraan acara merupakan salah satu cara untuk menjalin hubungan dengan masyarakat luas. Marketing communication Harian Surya memilih special event sebagai strategi utamanya dalam upaya meningkatkan brand image Harian Surya di masyarakat karena special event merupakan strategi utama dan yang paling mudah untuk mengenalkan Harian Surya pada masyarakat luas bukan hanya pembaca, yang dapat mendatangkan massa dalam jumlah banyak sehingga dengan banyaknya jumlah massa yang terlibat dalam event tersebut akan berdampak pada meningkatnya citra merek atau brand image Harian Surya, dengan kata lain semakin banyak orang yang mengikuti event surya maka citra merek Harian Surya akan semakin banyak di kenal oleh masyarakat.

Event-event Harian Surya ini diadakan secara langsung melalui pendekatan komunitas yang melibatkan massa dalam jumlah banyak sehingga masyarakat luas akan banyak mengenal Harian Surya. Strategi event ini merupakan strategi utama yang dilakukan oleh marketing communication Harian Surya dalam upaya meningkatkan brand image (citra merek). Event- event yang di selenggarakan oleh Harian Surya juga di dilatar belakangi berdasarkan hasil survey AC Nielsen yang melaporkan perkembangan tentang hasil survey mengenai media khususnya media cetak di Jawa Timur. Sebagai surat kabar regional di Jawa Timur, target pasar yang hendak di capai oleh harian pembaca surya adalah dapat menyasar semua usia dan semua

golongan baik yang berasal dari kelas ekonomi kelas atas, menengah dan kelas bawah .

Strategi special event Harian Surya ini diadakan karena saat ini marketing communication Harian Surya menganggap bahwasanya sebuah event masih di anggap sebagai media yang paling efektif yang dapat mengumpulkan massa dalam jumlah banyak. Tujuan diadakannya event ini adalah pembaca atau masyarakat menjadi mengenal Harian Surya. Hal tersebut sebagaimana juga disampaikan oleh mas Andik selaku salah satu staf marketing communication Harian Surya Surabaya.

“ Special event di sini adalah event-event yang kami desain dengan harapannya adalah dapat mengenalkan, mendekatkan atau pun membrand wash, menjadikan surya ini menjadi top mind dalam pikiran mereka mas. event ini kami adakan dan berkaitan langsung dengan masyarakat umum (massa). Melalui event-event ini harapannya adalah kami dapat lebih mudah mengenalkan Harian Surya kepada masyarakat luas, bukan hanya terbatas pada pembaca saja namun masyarakat luas juga semisal dalam event fun bike dari ribuan pesertanya adalah bukan semuanya pembaca Surya tapi dengan adanya event itu mereka jadi mengenal Surya lalu melihat dan akhirnya membaca”.⁷¹

Dalam upaya meningkatkan brand image Harian Surya pada masyarakat luas, marketing communication menyelenggarakan berbagai macam event, event- event tersebut disasar melalui beragam pendekatan terhadap beberapa komunitas seperti pendekatan ke komunitas muda, komunitas ibu- ibu pecinta kuliner atau yang suka memasak, maupun komunitas para *bikers* (pecinta bersepeda) dan permintaan khusus dari perusahaan (klien). Hal tersebut sebagaimana

⁷¹ Hasil Wawancara dengan Mas Andik (Staf Marketing Communication Harian Surya), Rabu 06 juni 2012 , 10:19 AM

juga disampaikan oleh mas Taufik selaku manager marketing communication Harian Surya Surabaya.

“ event-event yang kami adakan berbasis kepada komunitas, seperti komunitas olahraga, bersepeda dan lain sebagainya yang mana komunitas-komunitas itu sudah sangat banyak, dan dari komunitas-komunitas itu terdapat kesesuaian atau afiliasi dengan pasar kita, tapi beberapa event kita juga ada yang memang permintaan khusus dari klien (perusahaan)”⁷²

Pendekatan terhadap komunitas ini menjadi penting karena pada dasarnya setiap anggota dalam sebuah komunitas memiliki loyalitas yang sangat tinggi terhadap perilaku masing-masing anggota dalam kelompoknya. Sebagai contoh jika anggota yang satu membaca Harian Surya maka anggota yang lainnya akan turut membaca Harian Surya juga.

Adapun event- event yang di adakan oleh Harian Surya adalah sebagai berikut:

a. Event Fun Bike

Bersepeda (*Bike*) merupakan aktifitas yang menyehatkan, baik bagi diri kita maupun bagi lingkungan. Bersepeda menjadikan lingkungan bebas dari polusi udara, sejalan program dari dunia menyangkut pemanasan global serta penghematan energi dengan mengkampanyekan bersepeda, kita turut serta mendukung program stop global warming dan penghematan energi.

Saat ini kegiatan bersepeda di kota-kota besar seperti di Surabaya maupun di kota-kota besar lainnya di Jawa Timur atau

⁷² Hasil Wawancara dengan Mas Taufik (Manager Marketing Communication Harian Surya), Rabu 17 Juli 2012 , 11:09 AM

pun di Indonesia, sudah menjadi life style atau gaya hidup masyarakat. Selain karena menyehatkan, bersepeda merupakan olahraga yang sehat, murah, bebas polusi serta ramah lingkungan dan sebagai sarana pemersatu komunitas bikers Jawa Timur serta sarana komunikasi dan informasi para bikers.

Latar belakang di atas merupakan aspek yang mempengaruhi marketing communication Harian Surya dalam menyelenggarakan special event fun bike (bersepeda ria). Event fun bike di Harian Surya merupakan acara yang berkaitan langsung kepada masyarakat atau komunitas para pecinta komunitas sepeda (*bikers*). Funbike atau acara bersepeda ria yang diselenggarakan oleh Harian Surya biasanya terjalin atas kerjasama dengan berbagai macam pihak sponsor baik dari instansi maupun lembaga pemerintah kota, kabupaten, organisasi masyarakat maupun perusahaan-perusahaan swasta. Fun bike ini merupakan event rutin Harian Surya yang sudah berjalan sekitar akhir tahun 2010. Hal tersebut sebagaimana juga disampaikan oleh Mas Nuradji selaku salah satu staf marketing communication Harian Surya Surabaya.

“ kalau event yang kami adakan rutin setiap tahun nya adalah event fun bike, tahun lalu saja kami mengadakan lebih dari 16 event fun bike yang di gelar di surabaya dan berbagai daerah di Jawa Timur”⁷³

⁷³ Hasil Wawancara dengan Mas Nuradji (Staf Marketing Communication Harian Surya), Senin 04 juni 2012 , 11:06 AM

Saat ini Harian Surya menyelenggarakan event fun bike secara rutin yaitu event sidoarjo car free day atau hari sidoarjo bebas mobil yang di adakan setiap minggu tepatnya di minggu pagi di jalan-jalan utama sidoarjo. Selain itu ada juga fun bike bulanan yang di adakan rutin setiap 1 bulan sekali yang berlokasi di kawasan jalan Kertajaya. Hal tersebut sebagaimana juga disampaikan oleh Mas Rahmat selaku salah satu staf marketing communication Harian Surya Surabaya.

“ untuk event fun bike Harian Surya, saat ini kami sudah rutin menyelenggarakan event sidoarjo car free day yang bekerjasama dengan Pemkab setempat serta di dukung oleh banyak sponsor dari perusahaan-perusahaan swasta, serta event kertajaya free day yang di lakukan setiap satu bulan sekali ”⁷⁴

Akan tetapi di luar event rutin tersebut, Harian Surya juga menyelenggarakan event fun bike lainnya yang di selenggarakan di kota-kota maupun daerah-daerah lain di Jawa Timur. Biasanya kerjasama event fun bike ini turut memeriahkan acara hari ulang tahun (HUT) kota atau kabupaten seperti perayaan hari ulang tahun kota Surabaya, kota Malang, kabupaten Sidoarjo dan lain sebagainya.

Event fun bike tersebut biasanya di meriahkan dengan hiburan musik dan di tambah lagi dengan hadiah-hadiah menarik yang sudah di persiapkan oleh sponsor guna menarik minat peserta.

⁷⁴ Hasil Wawancara dengan Mas Rahmat (Staf Marketing Communication Harian Surya), Selasa 22 Mei 2012, 11:22 AM



gambar 8. Kemeriahan Event Fun Bike ⁷⁵

b. Event Komunitas Ibu-ibu

Event ini bersifat langsung yang menysasar komunitas ibu-ibu pembaca maupun bukan pembaca Harian Surya. Tujuan di lakukan event terhadap komunitas ibu- ibu adalah Harian Surya ingin menysasar segmen wanita atau para ibu-ibu, Adapun event-event yang diadakan saat ini adalah menysasar pasar komunitas ibu-ibu pecinta kuliner seperti mengadakan event memasak. Selain itu mengadakan event senam pagi yang mana pesertanya adalah

⁷⁵ Dokumen Harian Surya, diambil Jumat 08 Juni 2012

ibu-ibu juga, event senam pagi ini seringkali di sisipkan dalam setiap kali event fun bike diadakan, tidak hanya itu event kelas kecantikan atau beauty class juga pernah Harian Surya selenggarakan dengan komunitas ibu-ibu yang suka merias diri mereka. Hal tersebut sebagaimana juga disampaikan oleh Mas Andik selaku salah satu staf marketing communication Harian Surya Surabaya.

“ Kami mengadakan event dengan melalui pendekatan kepada komunitas-komunitas seperti komunitas senam, memasak dan lain sebagainya. Sebuah komunitas jika di pelihara dengan baik mas maka akan menghasilkan loyalitas tinggi. contoh dengan melakukan pendekatan kepada ibu-ibu yang suka memasak dan kita melakukan event di situ itu akan sangat efektif mas, mereka jadi berpikiran oh Harian Surya ada event memasak nih selain itu di halaman koran nya juga tersedia space untuk menu masakan, maka secara tidak langsung akan terjalin kontak yang menjadikan dekat sehingga mereka akhirnya mencari tahu Harian Surya lalu menjadi pembaca Harian Surya dan akhirnya juga menjadi loyal ”⁷⁶



⁷⁶ Hasil Wawancara dengan Mas Rahmat (Staf Marketing Communication Harian Surya), Selasa 22 Mei 2012 , 11:22 AM

gambar 9. Aktivitas Event Senam Ibu-Ibu ⁷⁷

c. Event Surya Muda

Event surya muda adalah event atau acara khusus yang sasaran tujuannya adalah anak-anak muda. Kategori anak muda ini meliputi anak-anak siswa SD, SMP, SMA, Mahasiswa sampai para karyawan muda perusahaan. Tujuan yang hendak di capai dalam event ini adalah Harian Surya dapat menjangkau pasar anak-anak muda. Hal tersebut sebagaimana juga disampaikan oleh Mas Andik selaku salah satu staf marketing communication Harian Surya Surabaya.

“ Tujuan kami mengadakan event surya muda ini adalah untuk regenerasi ke depan, Tujuan awal yang hendak di capai adalah anak-anak muda ini semisal mahasiswa itu mengenal surya dulu mas lalu lewat adanya event surya muda ini mereka akan semakin dekat sehingga di harapkan setelah mereka lulus kuliah dan sudah memiliki penghasilan, mereka dapat membeli sekaligus menjadi pembaca Harian Surya”⁷⁸

Event dengan sasaran anak muda tersebut biasanya dapat berupa acara sebagai berikut:

1. Nonton bareng film maupun bola

Harian Surya mengadakan event nonton bersama.

Event tersebut di sesuaikan dengan apa yang sedang menjadi bahasan penting kebanyakan anak muda saat itu

⁷⁷ Dokumen Harian Surya diambil Selasa 22 Mei 2012

⁷⁸ Hasil Wawancara dengan Mas Andik (Staf Marketing Communication Harian Surya), Rabu 06 Juni 2012, 11:09 AM

atau yang sedang menjadi banyak pusat perhatian anak-anak muda seperti event surya muda yang diadakan pada tanggal 15 sampai 20 maret 2012 kemarin marketing communication Harian Surya menyelenggarakan event jumpa artis dan nonton bareng film negeri 5 menara.

2. Campus/ School Visit

Event campus atau school visit disini maksudnya adalah Harian Surya melakukan anjang sana (kunjungan) ke sekolah-sekolah mulai dari SD, SMP maupun SMA sampai ke kampus-kampus. Hal tersebut sebagaimana juga disampaikan oleh mas Andik selaku salah satu staf marketing communication Harian Surya Surabaya.

“ kami datang ke sekolah-sekolah atau ke kampus-kampus mas, memperkenalkan kalau kami ada event surya muda untuk ajang kreativitas mereka. Kami menjalin komunikasi dengan mereka dan selanjutnya adalah melakukan event bersama seperti mengadakan pelatihan jurnalistik, fotografi dan lain sebagainya . turning point nya adalah adanya proses take and give (memberi dan menerima) harapannya kami bisa menjadi dekat dengan mereka dan mereka akhirnya mengenal surya.”⁷⁹

3. Visit Company Surya

Visit company Surya disini maksudnya adalah Harian Surya mengundang para siswa maupun mahasiswa untuk melakukan kunjungan ke kantor Harian Surya. Tujuannya adalah sama untuk lebih membangun kedekatan

⁷⁹ Hasil Wawancara dengan Mas Andik (Staf Marketing Communication Harian Surya), Rabu 06 Juni 2012 , 11:09 AM

anak-anak muda dengan Harian Surya sehingga semakin banyak anak-anak muda yang mengenal Harian Surya.

4. Seminar Pelatihan Jurnalistik atau Fotografi

5. Futsal Competition

Marketing communication event Harian Surya mengadakan event kompetisi futsal baik tingkat antar SD, SMP, SMA atau Mahasiswa. Event ini menjadi sangat menarik sebab saat ini olahraga Futsal merupakan olahraga alternatif di kota-kota besar dan populer di kalangan anak-anak muda.



gambar 10. Event Surya Muda⁸⁰

⁸⁰ Dokumen Harian Surya, diambil Jumat 08 Juni 2012

Selain event-event di atas Harian Surya juga mengadakan event bersama dengan para surya muda, bentuknya bisa sebagai sponsor, suporting , media partner atau sebaliknya. Harian Surya mengadakan event surya muda dengan melibatkan dan bersama mereka dengan harapan sepulangnya mereka dari event-venet tersebut adalah mereka akan tetap mengingat Harian Surya sebagai (*top mind*) dalam benak pikiran mereka.⁸¹

Dalam menggelar sebuah special event marketing communication Harian Surya menjalin kerjasama dengan berbagai pihak mulai dari mencari dana semisal dari sponsor, sponsor tersebut bisa berasal dari instansi pemerintah, lembaga maupun perusahaan swasta yang mau bekerja sama, menentukan tema atau tujuan acara, tempat, tanggal dan hari, menentukan target dan segmentasi peserta, teknis pelaksanaan, melakukan publikasi di media masa maupun media promosi lainnya dan mengorganisasikan acara serta mengevaluasi event pasca acara.

Saat ini Harian Surya merupakan surat kabar regional terbesar di Jawa Timur, Sebagai surat kabar yang terbit setiap hari dengan pasar sasaran Surabaya dan daerah-daerah di Jawa Timur maka special event yang diselenggarakan pun tidak hanya di adakan di Surabaya saja melainkan di daerah- daerah pun di selenggarakan seperti di Sidoarjo, Gresik, Probolinggo, Malang dan sebagainya. Hal tersebut sebagaimana juga disampaikan oleh mas

⁸¹ Dokumen Harian Surya, diambil Jumat 08 Juni 2012

Nuradji selaku salah satu staf marketing communication Harian Surya Surabaya.

“Adapun mengenai citra merek Harian Surya saat ini merupakan koran regional terbesar di Jawa Timur. Koran surya menyasar pasar daerah-daerah di Jawa Timur. Jadi kami melakukan beragam event dan promosi di daerah-daerah juga, harapan dari event dan promosi yang kami gelar di sana adalah semakin banyak yang mengenal Harian Surya setelah itu tahu dan akhirnya membeli dan pada akhirnya adalah membaca sekaligus berlangganan.”⁸²

Tujuan dari special event ini secara garis besar adalah menjadikan top mind Harian Surya di dalam benak pikiran masyarakat luas. Hal tersebut sebagaimana juga disampaikan oleh mas Andik selaku salah satu staf marketing communication Harian Surya Surabaya.

“Indikator nya adalah Harian Surya dapat memenangkan survey AC Nielsen untuk kategori surat kabar regional d Jawa Timur mas. Sehingga semakin banyak orang yang mengenal Harian Surya maka brand image Harian Surya juga akan semakin meningkat sehingga trust atau kepercayaan publik terhadap kami pun juga meningkat dan secara tidak langsung oplah Harian Surya pun akan semakin meningkat pula, peningkatan ini tentunya juga di sertai dengan tingginya pemasukan iklan koran Harian Surya setiap hari nya.”⁸³

2. Hambatan Marketing Communication Harian Surya dalam Meningkatkan Brand Image

Special event merupakan Strategi yang dilakukan marketing Harian Surya dalam upaya meningkatkan brand image atau citra merek di masyarakat. Special event ini merupakan acara yang melibatkan banyak pihak, bukan melibatkan 2 orang individu saja, melainkan banyak

⁸² Hasil Wawancara dengan Mas Nuradji (Staf Marketing Communication Harian Surya), Senin 04 Juni 2012 , 11:23 AM

⁸³ Hasil Wawancara dengan Mas Andik (Staf Marketing Communication Harian Surya), Rabu 04 Juni 2012 , 11:09 AM

masyarakat yang juga terlibat. Kondisi seperti ini seringkali menimbulkan beragam kendala atau hambatan baik berasal dari internal perusahaan maupun dari eksternal. Dan tidak jarang pula hambatan-hambatan bermunculan di lapangan saat special event tersebut sedang berlangsung.

Adapun hambatan- hambatan yang di alami oleh Harian Surya dalam meningkatkan brand image adalah sebagai berikut:

a. Budget

Kendala pertama dan utama yang muncul dalam pada setiap special event yang diadakan oleh Harian Surya adalah masalah budget atau anggaran biaya. Faktor budget merupakan faktor internal perusahaan, kendala mengenai anggaran ini selalu ditemui pada setiap proses perencanaan sebuah event di Harian Surya karena pada dasarnya perusahaan atau marketing communication Harian Surya memang tidak menyediakan dana yang bersifat langsung dan khusus untuk event-event tersebut. Hal tersebut sebagaimana juga disampaikan oleh mas Nuradji selaku salah satu staf marketing communication Harian Surya Surabaya.

“ Hambatan utama kita ya masalah biaya mas, marcom surya tidak menyediakan dana langsung untuk mengadakan event-event ini, melainkan kita justru harus mendapatkan dana untuk event ini dan mencari keuntungan yang sebanyak-banyaknya untuk perusahaan dari event tersebut.”⁸⁴

Hal senada juga di ungkapkan oleh mas Rahmat selaku salah satu staf marketing communication Harian Surya Surabaya.

“ Budget merupakan kendala utama mas, event-event tersebut di adakan selain tujuan untuk meningkatkan brand

⁸⁴ Hasil Wawancara dengan Mas Nuradji (Staf Marketing Communication Harian Surya), Senin 04 Juni 2012 , 11:23 AM

image Harian Surya di masyarakat itu sendiri. Harian Surya juga di tuntut untuuk mendapatkan keuntungan dari event tersebut. Keuntungan-keuntungan tersebut di dapat dengan cara menjalin kerjasama dengan sponsor-sponsor Bentuk event di Harian Surya itu sendiri biasanya. Perusahaan Harian Surya itu sendiri memang tidak menyiapkan budget secara langsung dalam setiap event yang diadakan, nah oleh karena itu Harian Surya melakukan kerjasama dengan pihak sponsor. setelah dapat sekian banyak sponsor biasanya surya memberikan penawaran kepada klien yang bekerjasama bentuk nya dapat bermacam-macam, bisa perusahaan tersebut membeikan fresh money secara full atau memberikan fresh money sebanyak 50 % atau ada juga dalam bentuk barter (tukar menukar) baik barang maupun jasa.⁸⁵

b. Banyak ditiru oleh kompetitor

Strategi special event yang sering diadakan oleh Harian Surya saat ini justru semakin banyak ditiru oleh banyak kompetitor baik itu ditiru oleh sesama perusahaan yang bergerak di bidang media, maupun perusahaan-perusahaan-perusahaan swasta non media lain nya.

Kondisi pasar yang seperti ini menjadikan sebuah hambatan sekaligus sebuah tantangan yang harus di lewati oleh marketing communication Harian Surya. Tantangan nya adalah harus kreatif dalam mengemas sebuah event semenarik dan semeriah mungkin sehingga dapat menyedot perhatian massa dalam jumlah besar. Selain itu persaingan perusahaan event-event di media massa saat ini dengan kompetitor sudah sangat ketat. Hal tersebut sebagaimana di ungkapkan oleh mas

⁸⁵ Hasil Wawancara dengan Mas Rahmat (Staf Marketing Communication Harian Surya), Selasa 22 Mei 2012 , 09:30 AM

Andik salah satu staf marketing communication Harian Surya Surabaya.

“Event-event surya seperti fun bike saat ini memang sudah menjamur. Selain karena memang fun bike sudah menjadi life style masyarakat, sekarang event fun bike bukan hanya di selenggarakan oleh Harian Surya saja mas, perusahaan-perusahaan media massa yang menjadi kompetitor kami di Jawa Timur pun juga melakukan event serupa, bahkan bukan hanya perusahaan yang bergerak di media massa saja akan tetapi perusahaan lain yang bukan bergerak di media massa pun melakukan event yang sama dengan Harian Surya. perusahaan swasta, organisasi masyarakat saat ini juga mulai mandiri melakukan event-event ini. Tantangan lainnya adalah persaingan antar media dan event-event yang di gelar di media sudah sangat ketat sehingga mengharuskan posisi kita untuk head to head dengan para kompetitor⁸⁶

Hal yang sama juga di ungkapkan oleh mas Taufik selaku manager marketing communication Harian Surya Surabaya.

“ Kita (Harian Surya) sudah lama melakukan strategi event ini, nah sekarang event-event harian surya sudah menjadi model bagi perusahaan-perusahaan lain. Model (event) kita ini sudah banyak ditiru oleh para kompetitor sehingga sebenarnya kita bukan menyebutnya sebagai sebuah hambatan melainkan tantangan mas, karena pada dasarnya biaya terbesar dalam sebuah perusahaan adalah biaya promosi, nah lewat event-event ini kita memanfaatkan sebagai media promosi harian Surya sekaligus mencari profit juga. Dengan kata lain kita itu berprinsip dengan modal yang sekecil-kecilnya harus mendapatkan untung yang sebesar-besarnya.⁸⁷

c. Kurang Sumber Daya Manusia

Dunia Special event merupakan dunia yang membutuhkan banyak tenaga namun kekurangan tenaga atau sumber daya manusia nyatanya masih kerap kali ditemui dalam

⁸⁶ Hasil Wawancara dengan Mas Andik (Staf Marketing Communication Harian Surya), Rabu 06 juni 2012 , 10:19 AM

⁸⁷ Hasil Wawancara dengan Mas Taufik (Manager Marketing Communication Harian Surya), Rabu 17 Juli 2012 , 11:09 AM

setiap event yang diselenggarakan Harian Surya. kekurangan tenaga ini mengakibatkan proses kerja pada divisi marketing communication Harian Surya menjadi tumpang tindih (*overlapping*). Hal tersebut sebagaimana di ungkapkan oleh Mas Nuradji salah satu staf marketing communication Harian Surya Surabaya.

“ Selain masalah dana, hambatan yang kami alami lainnya adalah kurangnya tenaga mas, kekurangan tenaga ini membuat kinerja kami jadi kurang fokus dan menjadi tumpang tindih”⁸⁸

Selain hal-hal yang menghambat di atas, marcom Harian Surya juga memiliki aspek yang mendukung bagi terselenggaranya event tersebut yaitu Harian Surya sudah cukup di kenal oleh masyarakat luas sebagai koran regional terbesar di Jawa Timur. dan dari strategi-strategi yang di sudah lakukan oleh marketing communication khususnya melalui special event ini adalah Harian Surya menjadi semakin banyak di kenal oleh masyarakat. Hal tersebut sebagaimana di ungkapkan oleh Mas Taufik salah satu staf marketing communication Harian Surya Surabaya.

“ Dari event-event yang kita gelar ini mas tingkat orang mengenal Harian Surya semakin meningkat, hal ini berdasarkan hasil riset survey AC Nielsen Jakarta yang setiap tahun nya memberikan informasi tentang peningkatan oplah yang terjadi pada Harian Surya.”⁸⁹

⁸⁸ Hasil Wawancara dengan Mas Nuradji (Staf Marketing Communication Harian Surya), Rabu 06 juni 2012 , 10:19 AM

⁸⁹ Hasil Wawancara dengan Mas Taufik (Manager Marketing Communication Harian Surya), Rabu 17 Juli 2012 , 11:09 AM

Daftar Special Event Harian Surya Tahun 2012

Tabel 3 Special Event Harian Surya⁹⁰

No	Tanggal	Event	Lokasi	Kerjasama
1	29 Januari 2012	Sidoarjo Car Free Day	Alun-Alun sidoarjo	Pemkab Sidoarjo dan Kompas Gramedia
2	12 Februari 2012	Fun Bike HUT Sidoarjo	Alun-Alun sidoarjo	Pemkab Sidoarjo dan Surya
3	26 Februari 2012	Fun Bike HUT Gresik	Halaman Pemkab Gresik	Pemkab Gresik dan Surya
4	15-20 Maret 2012	Nonton Bareng dan Jumpa Artis Film negeri 5 Menara	Sidoarjo, Gresik dan Mojokerto	Persda dan Surya
5	20 Maret 2012	Nonton Bareng Film Ekspedisi Cincin Api Kompas	Malang	Matos dan dan Surya (media partner)
6	25 Maret 2012	Fun Bike HUT Malang Town Square (Matos)	Halaman Matos Malang	Persda dan Surya
7	15 April 2012	Fun Walk “ Melangkah Bersama Tribun”	Malang	Surya dan Pemkab Malang + thinkbike
8	29 April 2012	Fun Bike HUT Kota Malang	Halaman Matos malang	Dinas Pendidikan Kota Malang dan Surya
9	April 2012	Liga Futsal tingkat Sekolah Dasar	Surabaya-malang	Surya

⁹⁰ Dokumen Harian Surya, diambil Jumat 08 Juni 2012

10	19 Mei 2012	Nonton Bareng Final Liga Champions	UMM malang	Multi Sinema dan Surya
11	20 Mei 2012	Nonton bareng Film “Pesan Untuk Presiden	Malang	Pemkot dan Surya
12	27 Mei 2012	Fun Bike HUT Surabaya	Garden palace Hotel	Surya
13	Mei 2012	Shopping Retail Festival	Surabaya	Surya
14	17 Juni 2012	Nonton bareng dan Buku Euro 2012	PTC	Pemkab Mojokerto
15	Minggu 2012	XC Corporate	Surabaya	Surya
16	23 Juni 2012	Seminar Jurnalistik	Surabaya	Surya
17	15 Juli	Festival HUT Kota Kediri	Mojokerto	Pemkab Kediri
18	22 Juli 2012	Festival ramadhan	Malang dan sekitarnya	Pemkab Sidoarjo
19	18 Juli 2012	Seminar Umum Politik	UPN	Surya
20	12 Agustus 2012	Festival Ramadhan	Balai kota Kediri	Pemkab Sidoarjo
21	24 Agustus 2012	Seminar Entrepreneur Muslim	Alun-Alun Sidoarjo	Surya
22	09 September 2012	Fun Bike Kota Probolinggo	UNAIR	Pemkab Probolinggo
23	22 September 2012	Seminar Entrepreneur	UBAYA	Surya
24	14 Oktober 2012	Fun Bike HUT Batu	Batu	Pemkot Batu
25	08 Oktober 2012	Seminar Jurnalistik	ITS	ITS
26	11 November 2012	Pahlawan Fun Bike	Tugu Pahlawan	Pemkot Surabaya
27	01 November 2012	Futsal Piala Walikota	Goal Futsal	Pemkot
28	09 Desember 2012	Musik Go To Campus	UPN	Surya