



**PENINGKATAN *AWARENESS* DAN *READERSHIP*
KORAN TRIBUN JAWA TENGAH
SEBAGAI *COMMUNICATION MANAGER***

Karya Bidang

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Strata 1

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun :

Nama : Windariani Soeryo Handadari

NIM : 14030112130026

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

SEMARANG

2016

PENINGKATAN *AWARENESS* DAN *READERSHIP* KORAN TRIBUN JAWA TENGAH SEBAGAI *COMMUNICATION MANAGER*

ABSTRAK

Tribun Jawa Tengah merupakan sebuah *brand* surat kabar yang merupakan anak perusahaan dari Kompas Gramedia Group. Berdiri sejak 17 Januari 2011, Tribun Jateng memiliki nawa awal Warta Jateng, dan kemudian berubah menjadi Tribun Jateng pada tanggal 29 April 2013. Tribun Jateng memiliki visi menjadi kelompok usaha penerbitan media regional terbesar, tersebar dan terkemuka di Jawa Tengah dengan slogan “Spirit Baru Jawa Tengah”. Dengan slogan dan visi tersebut, Tribun Jateng terus berusaha meningkatkan *awareness* dan *readership* masyarakat Jawa Tengah.

Karya bidang ini berangkat dari niatan Tribun Jateng yang ingin melebarkan target sarannya kepada anak muda usia 18-25 tahun dan memperkenalkan koran Tribun Jateng di daerah distribusi baru. Berdasarkan data awal yang dimiliki oleh Tribun Jateng *awareness* dan *readership* target sasaran tersebut masih rendah. Hal ini diperkuat dengan data *survey* yang didapatkan penulis di lapangan bahwa memang *awareness* dan *readership* akan koran Tribun Jateng masih rendah pada kalangan target sasaran tersebut.

Semarang Youth Community merupakan sebuah *event* yang dirancang untuk anak muda dengan melibatkan komunitas dan seniman musik yang ada di Semarang. Tujuan dari Semarang Youth Community adalah untuk meningkatkan *awareness* dan *readership* pada anak muda usia 18-25 tahun. Jalan Sehat Tribun Jateng Melangkah bersama Paramex merupakan sebuah *event* yang diadakan di Kabupaten Grobogan dan dirancang untuk masyarakat umum dari segala usia dan latar belakang. Tujuan dari *event* Jalan Sehat Tribun Jateng Melangkah bersama Paramex di Kabupaten Grobogan adalah untuk meningkatkan *awareness* dan *readership* masyarakat Kabupaten Grobogan mengingat Tribun Jateng baru saja membuka kembali daerah distribusi di daerah ini.

Hasil yang dicapai dari *event* Semarang Youth Community 2016 adalah peningkatan *awareness* pada anak muda dari yang awalnya 71% menjadi 91% dan *readership* dari 52% menjadi 82%. Sedangkan Hasil yang Jalan Sehat Tribun Jateng Melangkah bersama Paramex di Kabupaten Grobogan adalah peningkatan *awareness* dari yang awalnya 44% menjadi 69% dan *readership* dari 10% menjadi 26% serta peningkatan oplah dari 400 eksemplar menjadi 600 eksemplar per hari.

Tugas *Communication Manager* dalam kedua *event* ini adalah menjalin kerjasama dengan pihak lain seperti komunitas, pemerintah kabupaten, media, dan *ticketbox*, serta mengurus segala urusan berkaitan dengan publikasi acara seperti pembuatan *content* publikasi dan *monitoring* publikasi.

Kata kunci : surat kabar; *event*; *awareness*; *readership*; *Communication Manager*

INCREASING AWARENESS AND READERSHIP OF TRIBUN JAWA TENGAH NEWSPAPER AS COMMUNICATION MANAGER

ABSTRACT

Tribun Jawa Tengah is a brand of newspaper which is a subsidiary of Kompas Gramedia Group. Established on January 17, 2011, Tribun Jateng has a early name Warta Jawa Tengah, and then turns into Tribun Jawa Tengah on 29 April 2013. Tribun Jawa Tengah has a vision to be the group's largest regional media publishing business, spread and leading in Central Java with the slogan "New Spirit of Java Central ". With the slogan and the vision, Tribun Jawa Tengah keep trying to increase awareness and readership Central Java society.

This karya bidang is departing from desire of Tribun Jawa Tengah that want to expand its targets to young people aged 18-25 years and introducing Tribun Jawa Tengah on new distribution areas. Based on preliminary data owned by Tribun Jawa Tengah awareness and readership of target is still low. This is reinforced by the survey data that awareness and readership Tribun Jawa Tengah still low in amongs the target.

Semarang Youth Community is an event that designed for young people by involving the community and music artists in Semarang. The purpose of Semarang Youth Community is to raise awareness and readership at young people aged 18-25 years. Jalan Sehat Tribun Jateng Melangkah bersama Paramex is an event held in Grobogan district and is designed for the general public of all ages and backgrounds. The purpose of the event Jalan Sehat Tribun Jateng Melangkah bersama Paramex is to increase awareness and readership of Grobogan district residents about Tribun Jawa Tengah remember just reopen his newspaper's distribution area in this region.

The results achieved from Semarang Youth Community 2016 event is increasing awareness in young adult from 71% to 91% and a readership from 52% to 82%. While the results of Jalan Sehat Tribun Jateng Melangkah bersama Paramex in Grobogan district is increasing awareness from 44% to 69% and a readership from 10% to 26% and increasing circulation from 400 copies to 600 copies per day.

Communication Manager task in both events is to establish cooperation with other parties such as community, local government, media, and ticketbox, as well as take care of all matters relating to the publication of an event such as the creation of content publishing and monitoring publications.

Keywords: newspapers; event; awareness; readership; Communication Manager

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tribun Jateng merupakan salah satu *brand* koran lokal baru di Jawa Tengah yang baru berdiri selama tiga tahun. Setelah tiga tahun berdiri, ada keinginan Tribun Jateng untuk melebarkan target sasaran mereka yang mulanya usia 25 tahun ke atas menjadi usia 18 tahun ke atas di kota Semarang. Mereka juga memiliki keinginan untuk melebarkan jangkauan daerah distribusi mereka di seluruh wilayah Jawa Tengah untuk lebih mengenalkan *brand* Tribun Jateng ke masyarakat Jawa Tengah.

1.2 Rumusan Masalah

Menurut analisis situasi, di kota Semarang yang menjadi basis pendistribusian Koran Tribun Jateng *awareness* masyarakat tentang nama Tribun Jateng hanya sebesar 71% dan tingkat *readership* koran Tribun Jateng hanya sebesar 52% yang seharusnya tingkat *awareness* dan *readership* minimal 80%. Sedangkan untuk di daerah distribusi baru Tribun Jateng yaitu kabupaten Grobogan *awareness* masyarakat tentang nama Tribun Jateng hanya sebesar 44% dan tingkat *readership* koran Tribun Jateng hanya sebesar 10%. Oplah di kabupaten Grobogan pun masih rendah yaitu 400 eksemplar per hari dari yang rata-rata 1000 eksemplar per hari.

1.3 Tujuan

1.3.1 Tujuan Umum

1. Meningkatkan *awareness* masyarakat kota Semarang usia 18 tahun ke atas tentang Tribun Jateng yang awalnya sebesar 71% menjadi 90%
2. Meningkatkan *readership* Koran Tribun Jateng di kota Semarang yang awalnya 52% menjadi 80%
3. Meningkatkan *awareness* masyarakat kabupaten Grobogan tentang Tribun Jateng yang awalnya sebesar 44% menjadi 64%
4. Meningkatkan *readership* Koran Tribun Jateng di kabupaten Grobogan yang awalnya 10% menjadi 25%
5. Meningkatkan oplah Koran Tribun Jateng di kabupaten Grobogan yang awalnya 400 eksemplar per hari menjadi 600 eksemplar per hari

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Mengundang dan bekerjasama dengan 20 komunitas di kota Semarang dalam Semarang Youth Community 2016

2. Bekerjasama mediapartner dengan 3 media online dalam Semarang Youth Community 2016
3. Acara Semarang Youth Community 2016 diliput oleh 2 media elektronik dan 1 media online
4. Bekerjasama media partner dengan 5 radio dalam Jalan Sehat Tribun Jateng melangkah Bersama Paramex
5. Bekerjasama ticketbox dengan 5 tempat dalam Jalan Sehat Tribun Jateng melangkah Bersama Paramex
6. Melakukan kegiatan promosi di pusat keramaian
7. Acara Jalan Sehat Tribun Jateng melangkah Bersama Paramex diliput oleh media elektronik

1.4 Kerangka Teori

Teori Persuasi

Salah satu bentuk yang paling mendasar dalam komunikasi adalah persuasi. Menurut Olson dan Zanna (dalam Severin 2008:177) persuasi diartikan sebagai “perubahan sikap akibat paparan informasi dari orang lain”. Sikap sendiri merupakan dasar dari diri kita terhadap sesuatu, sikap merupakan rasa suka ataupun tidak suka, dan merupakan keyakinan yang dianggap benar oleh seseorang, sehingga sikap mampu mendorong kita untuk menjurus terhadap suatu perilaku tertentu (Severin, 2008:17).

1.5 *Strategy, Tactic, Action*

1.5.1 Strategy

Event Semarang Youth Community 2016 dan Jalan Sehat Tribun Jateng Melangkah bersama Paramex

1.5.2 Tactic

Semarang Youth Community 2016

1. Menggandeng berbagai komunitas sebagai pengisi acara
2. Memilih band yang berasal dari kota Semarang
3. Memilih *tenant food corner*
4. Media partner dengan media online
5. Membagikan Koran gratis

Jalan Sehat Tribun Jateng Melangkah bersama Paramex

1. Bekerjasama dengan Pemerintah Kabupaten Grobogan
2. Memberikan hadiah yang menarik
3. Bekerjasama media partner dengan radio
4. Melakukan kegiatan promosi selama satu minggu sebelum pelaksanaan hari H
5. Membagikan Koran gratis selama satu minggu dan hari pelaksanaan

1.5.3 Action

Semarang Youth Community 2016

Semarang Youth Community 2016 merupakan sebuah acara yang dijadikan sebagai wadah bagi komunitas-komunitas yang ada di Kota Semarang untuk saling berkumpul, mempromosikan acara atau hanya sekedar tempat reuni antar anggota komunitas tersebut. Selain mengajak komunitas, acara ini juga dikemas sesuai dengan karakteristik anak muda saat ini yang senang berkumpul sembari menikmati suatu persembahan karya musik. Konsep dari Semarang Youth Community 2016 tidak hanya wadah komunitas saja, tetapi juga menampilkan suguhan musik. Di dalam Semarang Youth Community 2016 terdapat tiga area utama yaitu *community area*, *food corner* dan *entertaint*.

Jalan Sehat Tribun Jateng Melangkah bersama Paramex

Jalan Sehat di Kabupaten Grobogan merupakan salah satu acara yang menjadi rangkaian dalam menyambut Ulang Tahun Tribun Jateng yang ketiga. Pemilihan Kabupaten Grobogan dikarenakan untuk memperkenalkan Koran Tribun Jateng kepada masyarakat Kabupaten Grobogan mengingat Tribun Jateng baru melanjutkan distribusi yang sempat terhenti semenjak awal tahun 2015.

Jalan sehat akan menggandeng Pemerintah Kabupaten Grobogan untuk semakin memperluas jangkauan target di Kabupaten Grobogan. Acara nantinya tidak hanya jalan sehat saja, tetapi juga akan diawali dengan senam bersama dan diselingi hiburan musik serta pembagian *doorprize*.

Acara Jalan Sehat diadakan dengan sistem *ticketing* atau berbayar dengan harga Rp 15.000,00 per tiketnya. Hadiah yang disediakan beragam dan merupakan keperluan rumah tangga seperti *magicjar*, *dispenser*, setrika, *kulkas*, *blender*, kompor gas, mesin cuci, dan TV LCD. Selain kebutuhan rumah tangga, juga ada hadiah uang tunai sebesar Rp 50.000.000,00.

BAB II PERSIAPAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai persiapan yang dilakukan penulis sebagai Communication Manager:

2.1 Semarang Youth Community

1. Mencari, mendata dan menghubungi komunitas di Semarang

2. Menghubungi dan bekerjasama dengan *Media Partner*
3. Membuat *Content* Publikasi *Media Partner*
4. Monitoring Publikasi
5. Mencari dan menghubungi *Master of Ceremony (MC)*
6. Membuat *Cuecard MC*

2.2 Jalan Sehat Tribun Jateng Melangkah bersama Paramex

1. Membuat surat undangan untuk SKPD Pemerintah Kabupaten Grobogan dan menyebarkannya
2. Mencari, menghubungi, dan bekerjasama *media partner*
3. Membuat *script radio*
4. Mencari, menghubungi, dan bekerjasama *ticketbox*
5. Mencari dan menghubungi *Master of Ceremony (MC)*
6. Membuat *Cuecard*
7. Penanggung jawab kegiatan promosi
8. Mendata tiket terjual di setiap *ticketbox*
9. Berkoordinasi dengan Production Manager mengenai distribusi tiket dan kaos

BAB III PELAKSANAAN

3.1 Semarang Youth Community 2016

3.1.1 Waktu

Sabtu, 5 Maret 2016

3.1.2 Tempat

Halaman Gedung DPRD Provinsi Jawa Tengah

3.1.3 Pencapaian Target

Acara ini di ikuti oleh 22 komunitas, bekerjasama dengan 3 *media partner*, diliput 2 media elektronik dan 1 media online dan dikunjungi oleh 3225 pengunjung.

3.1.4 Deskripsi Pelaksanaan Acara

Acara Semarang Youth Community 2016 (SYC) telah diadakan pada tanggal 5 Maret 2016 di halaman DPRD Jawa Tengah. Mengangkat tema “*Turn Back The Old Times*” ada 22 komunitas dan 23 stand makanan yang berpartisipasi dalam acara ini. Jumlah ini melebihi target yang ditetapkan panitia yaitu 20 komunitas dan stand makanan.

Acara dimulai pukul 17.00 WIB dan selesai pukul 23.45 WIB. Acara dibuka oleh Walikota Semarang, Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Semarang dan Manager ATL Media Communication

Indosat Ooredoo. Acara diisi dengan kegiatan dan penampilan dari komunitas yaitu Hijabers Semarang, Sm(h)art, Converse Head Indonesia dan 3Foil.id. Saat komunitas ini sedang *performance* di stage, komunitas seni juga mulai menggambar di atas kain putih yang disediakan panitia di area *painting* yang letaknya di samping *stage*. Acara juga dimeriahkan dengan penampilan band indie Semarang Rubber Heat, Glasstrick, The Chemo, Little beat dan Sugar Bitter.

3.2 Jalan Sehat Tribun Jateng Melangkah bersama Paramex

3.2.1 Waktu

Minggu, 15 Mei 2016

3.2.2 Tempat

Alun-Alun Kabupaten Grobogan

3.2.3 Pencapaian target

Event ini bekerjasama media partner dengan 8 radio, 11 *ticketbox*, dan diikuti oleh 8658 peserta

3.2.4 Deskripsi Pelaksanaan Acara

Acara dimulai pukul 06.25 WIB dan diawali dengan senam *aerobic*. Setelah itu acara dibuka langsung oleh Ibu Bupati Kabupaten Grobogan. Peserta jalan melewati Jalan R. Suprato menuju Jalan D.I Panjaitan melewati Rumah Sakit Umum kemudian menuju Jalan Gatot Soebroto dan kembali ke alun-alun kabupaten Grobogan. Setelah itu peserta menukarkan tiket dengan minuman, snack dan Koran gratis di tempat yang sudah disediakan. Acara berlanjut dengan pembagian doorprize dari para sponsor, hiburan musik dan pengumuman pemenang undian hadiah. Acara selesai pada pukul 11.30 WIB.

BAB IV

PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas mengenai kendala yang dihadapi penulis.

4.1 Semarang Youth Community 2016

1. Penghentian publikasi sementara dikarenakan *miss* komunikasi dengan sponsor
2. Mengumpulkan logo komunitas
3. Perubahan *rundown*

4.2 Jalan Sehat Tribun Jateng Melangkah bersama Paramex

1. Adanya radio yang tidak bisa bekerjasama *full barter*
2. MC datang terlambat
3. Pihak Sponsor belum memberikan nama perwakilan yang akan naik ke atas panggung untuk memberikan hadiah

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Terjadi peningkatan awareness bagi warga kota Semarang khususnya usia 18-25 tahun sebesar 20% dari yang semula 71% menjadi 91%. Hasil ini melebihi target yang diharapkan sebelumnya yaitu peningkatan sebesar 19% menjadi 90%
2. Terjadi peningkatan readership bagi warga kota Semarang khususnya usia 18-25 tahun sebesar 30% dari yang semula 52% menjadi 82%. Hasil ini melebihi target yang diharapkan sebelumnya yaitu peningkatan sebesar 28% menjadi 80%
3. Terjadi peningkatan awareness bagi warga kabupaten Grobogan sebesar 25% dari yang semula 44% menjadi 69%. Hasil ini melebihi target yang diharapkan sebelumnya yaitu peningkatan sebesar 20% menjadi 64%
4. Terjadi peningkatan readership bagi warga kabupaten Grobogan sebesar 16% dari yang semula 10% menjadi 26%. Hasil ini melebihi target yang diharapkan sebelumnya yaitu peningkatan sebesar 15% menjadi 25%
5. Terjadi peningkatan oplah di kabupaten Grobogan dari 400 eksemplar per hari menjadi 600 eksemplar per hari

5.1.1 Pencapaian Lebih

1. Berhasil mengundang 22 komunitas di kota Semarang dari target 20 komunitas dalam acara Semarang Youth Community 2016
2. Bekerjasama *media partner* dengan @EventSemarang, @TuguMudaSemarang, dan @PesonaSemarang dalam publikasi acara Semarang Youth Community 2016
3. Semarang Youth Community 2016 diliput oleh media elektronik (KompasTV dan Cakra Semarang TV) dan online (majalah Opini)
4. Berita mengenai Semarang Youth Community ditayangkan di KompasTV (Berita Kampus) dan Cakra Semarang TV (Zona Kampus) pada tanggal 9 Maret 2016 dan ditayangkan ulang pada 13 Maret 2016
5. Berita mengenai Semarang Youth Community diupload di website majalah Opini pada tanggal 6 Maret 2016

6. Menjalinkan kerjasama *media partner* dengan 8(delapan) radio di Semarang dan Kabupaten Grobogan yaitu GajahmadaFm, Imelda, SuaraSemarangFm, SindoTrijayaFm, RDI (Radio Dangdut Indonesia), Upradio, Sonorafm dan RadioPopfm serta 1(satu) televisi yaitu KompasTV Jawa Tengah.
7. Publikasi melalui radio berhasil dilaksanakan serentak pada tanggal 15 April 2016
8. Menjalinkan kerjasama dengan 13 *ticketbox* di Semarang dan Kabupaten Grobogan yaitu AdiSoebari, Sholeh, Radio Pop, Agen Koran Laris, Kantor Tribun Jateng, dan 8(delapan) UPTD di bawah Disporabudpar.
9. Jalan Sehat Tribun Jateng Melangkah bersama Paramex diliput oleh Kompas TV dan beritanya ditayangkan

5.2 Saran

Saran yang diberikan penulis untuk pelaksana acara serupa di kemudian hari :

1. Dalam melakukan kerjasama hendaklah membuat *Memorandum of Understanding (MOU)* terlebih dahulu dan pastikan kedua belah pihak saling menandatangani *MOU* tersebut sebelum melaksanakan kewajiban masing-masing agar tidak terjadi kesalahpahaman
2. Dalam menyusun *rundown* acara, hendaklah membuat rencana cadangan agar jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan di lapangan dapat teratasi dengan cepat dan baik
3. Pastikan semua pengisi acara atau MC sudah siap satu jam sebelum acara dimulai, karena jika pengisi acara atau MC datang terlambat maka akan mempengaruhi jalannya acara.

DAFTAR PUSTAKA

Festinger, Leon. 1964. *Conflict, Decision and Dissonance*. California : Stanford University Press.

Severin, Werner Joseph & James W. Tankard. 2008. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, Terapan di dalam Media Massa*. Jakarta : Kencana.