LAMPIRAN-LAMPIRAN

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
KAMPUS I : JL. DIPATI UKUR 112 TELP. (022) 2504119, 2533603 BANDUNG 40132
KAMPUS II : JL. DIPATI UKUR 116 TELP. (022) 2533676, 2506634 BANDUNG 40132
KAMPUS III : JL. DIPATI UKUR 102 TELP. (022) 2503624, FAX. 2533754 BANDUNG 40132
KAMPUS IV : JL. DIPATI UKUR 114 TELP. (022) 2506553, 2509412 BANDUNG 40132

Nomor : 453/LIT-SKRIPSI-TA/DEK-FISIP/UNIKOM/XI/2010
Lampiran : -
Perihal : *Research*

Kepada Yth.
Human Resource Department (HRD)
Majalah Suave
Jl. Sidomulyo No. 25 Sukaluyu
Bandung

Dengan hormat,

Bersama ini kami menerangkan bahwa,

Nama : Windy Widiasti
NIM : 41806003
Tingkat : V
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bermaksud akan mengadakan observasi / research / interview pada instansi / jawatan Majalah Suave untuk keperluan pembuatan Skripsi dalam bidang Ilmu Humas. Sehubungan dengan hal itu kami mohon dengan sangat, sudilah kiranya Bapak/Ibu memberikan bantuan kepada Mahasiswa kami tersebut di atas. Dan mengizinkan karyawan Bapak/Ibu untuk memberikan keterangan serta penjelasan sekitar aspek-aspek yang berkenaan dengan judul :

"Strategi Humas Majalah Suave Bandung dalam Menjalin Kerja Sama dengan Clothing Di Kota Bandung"

Besar harapan kami agar Bapak/Ibu tidak berkeberatan untuk memberikan izin serta bantuan guna kemajuan Mahasiswa tersebut.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Bandung, 16 November 2010

Dekan
Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik

Prof. Dr. Samugyo Ibnu Redjo, Drs., M.A.
NIP. 4127 70 00 014

Tembusan :

Indonesia Youth Culture & Creative Magazine

SUAVE

116

SURAT KETERANGAN KERJA
No. 001/SK-SV-JT/II/11

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tjoek Widharyoko
Jabatan : HRD Manager

Menerangkan bahwa :

Nama : Windy Widiastri
NPM : 41806003
Universitas : UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
Jurusan : Ilmu komunikasi
Fakultas : Ilmu social dan ilmu politik

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa tersebut sedang melakukan *Penelitian* di perusahaan kami selama 2 (dua) Bulan, dimulai pada tanggal **1 November 2010** sampai dengan **31 january 2011**, Untuk mengerjakan skipsi dengan judul "*Strategi public relations Suave Magazine Bandung melalui program Suave the catalogue dalam menjalin kerjasama dengan clothing di kota Bandung*".

Demikian surat keterangan keterangan ini kami buat, agar kemudian dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 11 February 2011
Hormat kami,

Tjoek Widharyoko
HRD Manager

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KAMPUS I : JL. DIPATI UKUR 112 TELP. (022) 2504119, 2503439 BANDUNG 40132
KAMPUS II : JL. DIPATI UKUR 116 TELP. (022) 2506534, 2505371 BANDUNG 40132
KAMPUS III : JL. DIPATI UKUR 102 TELP. (022) 2506837 BANDUNG 40132
KAMPUS IV : JL. DIPATI UKUR 114 TELP. (022) 2503054, 2506805 BANDUNG 40132
FAX. (022) 2533754 - HOTLINE PROGRAM STUDI : 08180517167

117

Nomor : 452/SKRIPSI-TA/SJ-IK/FISIP/UNIKOM XI/2010
Lampiran : -
Perihal : Persetujuan Menjadi Pembimbing Skripsi

Kepada Yth.
Bapak Drs. Manap Solihat, M.Si.
Di Tempat

Sehubungan dengan pelaksanaan penyusunan Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi dengan ini kami beritahukan bahwa :

Nama : Windy Widiasti
NIM : 41806003
Semester / Program Studi : IX / Ilmu Komunikasi

Akan memulai menyusun pembuatan skripsi dengan judul :

"Strategi Humas Majalah Suave Bandung dalam Menjalin Kerja Sama dengan Clothing Di Kota Bandung"

Untuk melaksanakan penyusunan skripsi tersebut, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menjadi Pembimbing Mahasiswa tersebut.

Atas kesediaannya, kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,
Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi & Public Relations

Drs. Manap Solihat, M.Si.
NIP. 4127 35 30 007

Berdasarkan surat Nomor : 452/SKRIPSI-TA/SJ-IK/FISIP/UNIKOM/XI/2010 di atas, maka saya menyatakan Bersedia / ~~Tidak Bersedia~~ menjadi Pembimbing dalam penyusunan skripsi tersebut.

Bandung, 3 November 2010
Pernyataan Persetujuan
Pembimbing

Drs. Manap Solihat, M.Si.
NIP. 4127 35 30 007

Tembusan :
1. Yth. Mahasiswa Ybs.
2. Arsip

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KAMPUS I : JL. DIPATIUKUR 112 TELP. (022) 2504119, 2503430 BANDUNG 40132
KAMPUS II : JL. DIPATIUKUR 116 TELP. (022) 2506634, 2503371 BANDUNG 40132
KAMPUS III : JL. DIPATIUKUR 102 TELP. (022) 2506637 BANDUNG 40132
KAMPUS IV : JL. DIPATIUKUR 114 TELP. (022) 2503054, 2508805 BANDUNG 40132
FAX (022) 2533754 - HOTLINE PROGRAM STUDI : 081809171672

118

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Windy Widiasti
NIM : 41806003
TAHUN AKADEMIK : 2006
JUDUL SKRIPSI : Strategi Public Relations Suave Magazine Bandung melalui "Suave The Catalogue" dalam menjalin kerjasama dengan Clothing di Bandung

NO	HARI/ TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	USULAN PERBAIKAN	PERBAIKAN	TTD PEMBIMBING
1.	Kamis 18-11-2010	Bab I	LBM.	- memperjelas LBM Strateginya seperti apa	
2.	Senin 6-12-2010	Bab I	identifikasi Masalah	kegiatan dan analisis SWOT	
3.	Rabu 8-12-2010	Bab I	kerangka Teoritis	memperbaiki ttg strategi	
4.	Jum'at 10-12-2010	Bab I	kerangka konseptual	Tinjauan ttg strategi di perjelas	
5.	Senin 13-12-2010	Bab I dan Bab II	-Acc Bab I u/ Seminar up .Menyerahkan bab II	Acc bab I u/ Seminar up.	
6.	Rabu 15-12-2010	Bab I dan Bab II	- Revisi bab II	Tinjauan ttg kom unikasi tdk ush bertele²	
7.	Senin 3-01-2011	Bab I dan Bab II	revisi bab 1 - revisi bab 2.	- tdk memakai analisis SWOT tp pakai proses PR - proses PR dipindah ke Tinj. Stg	
8.	Sabtu 7-01-2011	Bab I dan bab II	Acc Bab 1 Acc Bab 2.	- Acc bab 1 - Acc bab 2.	
9.	Rabu 12-01-2011	Bab III	menyerahkan bab 3	- menambahkan daftar clothing.	
10.	Kamis 20-01-2011	bab 4	menyerahkan bab 4	tidak perlu memakai Point-point lg.	
11.	Senin 24-01-2011	bab 4	Pembahasan bab 4.	u/ pembahasan tdk usah di pisah2 lg	
12.	Sabtu 28-01-2011	bab 4.	Pembahasan bab 4	Memperbaiki sistematika penulisan	
13.	Rabu 2-02-2011	bab 4 dan bab 5	- Acc bab 4 - Menyerahkan bab 5	- Acc bab 4 - Acc bab 5	
14.	Jumat 04-02-2011	Lampiran	Lampiran	di hasil wwncara memakai ttd dan cap	
15.	Senin 07-02-2011	Lampiran	Lampiran.	Acc Lampiran	
16.	Rabu 09-02-2011	keseluruhan.	-Acc keseluruhan - Acc Power Point.	- Acc keseluruhan - Acc Power Point	

Bandung, 16 Februari 20.11

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Drs. Manap Solihat M.Si
NIP. 4127.35.30.007

Website : http://www.unikom.ac.id
E-mail : ik@unikom.ac.id

Dosen Pembimbing

Drs. Manap Solihat M.Si
NIP. 4127.35.30.007

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS
KAMPUS I : JL. DIPATI UKUR 112 TELP. (022) 2504119, 2503430 BANDUNG 40132
KAMPUS II : JL. DIPATI UKUR 116 TELP. (022) 2508634, 2503371 BANDUNG 40132
KAMPUS III : JL. DIPATI UKUR 102 TELP. (022) 2503637 BANDUNG 40132
KAMPUS IV : JL. DIPATI UKUR 114 TELP. (022) 2503054, 2508805 BANDUNG 40132
FAX. (022) 2533754 - HOTLINE PROGRAM STUDI : 081809171672

119

LEMBAR REVISI SEMINAR USULAN PENELITIAN

Setelah dilakukan Seminar Usulan Penelitian, pada hari Kamis, tanggal 30-12-2010 atas nama mahasiswa :

Nama : Windy Widiasti
NIM : 4180603
Program Studi : Ilmu Komunikasi Konsentrasi *Humas / Jurnalistik
Judul Usul Penelitian : Strategi Public Relations Suave Magazine Bandung Melalui " Suave The Catalogue" dalam Menjalin Kerja Sama dengan Clothing di Bandung.

Diberitahukan bahwa Usulan Penelitian tersebut diatas telah selesai direvisi sebagaimana catatan pada saat seminar, selanjutnya untuk dapat diperiksa dan disetujui oleh Program Studi.

Pembimbing yang mengetahui :

NAMA	PEMBIMBING	TANDA TANGAN
Windy. Widiasti	Drs. Manap Solihat, M.Si	

Demikian untuk dapat dimaklumi, terima kasih.

Bandung, 05 Februari 2011

Mengetahui
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Drs. Manap Solihat, M.Si
NIP. 4127 35 30 007

* coret yang tidak perlu

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KAMPUS I : JL. DIPATI UKUR 112 TELP. (022) 2504119, 2503430 BANDUNG 40132
KAMPUS II : JL. DIPATI UKUR 116 TELP. (022) 2506534, 2503371 BANDUNG 40132
KAMPUS III : JL. DIPATI UKUR 102 TELP. (022) 2506537 BANDUNG 40132
KAMPUS IV : JL. DIPATI UKUR 114 TELP. (022) 2503054, 2506805 BANDUNG 40132
FAX. (022) 2533754 - HOTLINE PROGRAM STUDI : 085809171672

LEMBAR REVISI SKRIPSI

Setelah dilakukan Sidang Skripsi, pada hari Sabtu, tanggal 19 Februari 2011 atas nama mahasiswa :

Nama : Windy Widiasti
NIM : 41806003
Program Studi : Ilmu Komunikasi Konsentrasi *Humas / ~~Jurnalistik~~
Judul Skripsi : Strategi Public Relations SUAVE Magazine Bandung melalui Program "SUAVE The Catalogue" dalam Menjalin Kerja Sama dengan Clothing di Bandung

Diberitahukan bahwa Skripsi tersebut diatas telah selesai direvisi sebagaimana catatan pada saat sidang, selanjutnya untuk dapat diperiksa dan disetujui oleh Program Studi.

Kami Pembimbing dan Penguji yang mengetahui :

NO	NAMA	PEMBIMBING/PENGUJI	TANDA TANGAN
1	Drs. Manap Solihat, M.Si.	Pembimbing	
2.	Desayu Eka Surya S Sos, M.Si	Penguji	
3.	Arie Prasetyo S Sos, M.Si	Penguji	

Demikian untuk dapat dimaklumi, terima kasih.

Bandung, 7 - 3 - 2011

Mengetahui
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Drs. Manap Solihat., M.Si.
NIP. 4127 35 30 007

HASIL WAWANCARA

Hari/tanggal : Selasa, 25 Januari 2011

Waktu : 02.14 PM

Tempat : Kantor SUAVE *Magazine*

Narasumber : Dinny Nadia

Jabatan : Marketing

IDENTITAS RESPONDEN

a. Tempat, Tanggal, Lahir : Bandung, 22 Mei 1987

b. Umur : 23 Tahun

c. Alamat : Jl. Kubang Selatan No. 5 Bandung

d. Lama bekerja di SUAVE : 1 (satu) Tahun

e. Pendidikan Terakhir : S1 Fikom, UNPAD

A. Bagaimana **Mendefinisikan Permasalahan** *Public Relations* SUAVE *Magazine* Bandung melalui "*SUAVE The Catalogue*" dalam Menjalin Kerja sama dengan *Clothing* di Bandung?

1) Apa alasan di buatnya program "*SUAVE The Catalogue*"?

Jawaban :

"alasannya cukup simple saja, karena dulu, waktu *clothing-clothing* banyak bermunculan dan kurangnya media promosi untuk mempromosikan produk mereka, akhirnya pemilik SUAVE *Magazine* membuat ide lain tapi tetap berhubungan dengan kreatifitas."

2) **Bagaimana bentuk kerja sama antara kedua belah pihak?**

Jawaban :

"SUAVE *Magazine* mempromosikan produk Clothing kepada konsumen dan pihak Clothing mendapatkan keuntungan tidak langsung dari pihak SUAVE *Magazine*, melainkan dari konsumen yang membaca SUAVE *Magazine* dan melihat katalognya, sehingga adanya respon untuk membeli produk *Clothing*, dan SUAVE *Magazine* di kenal oleh konsumen sebagai panduan untuk mereka berbelanja di *Clothing*"

3) **Bagaimana proyeksi kedepan dalam melakukan kerja sama?**

Jawaban :

"di awal tahun 2011 ini SUAVE *Magazine* merubah format majalahnya, asalnya bentuk majalahnya kecil berukuran A5, sekarang menjadi besar berukuran A4, dan itu sebuah pencapaian yang ingin kita lakukan dari tahun sebelumnya. Dengan format majalah baru ini semoga bisa lebih diterima di semua kalangan masyarakat terutama anak-anak muda di Indonesia, dan kita akan membawa *Clothing-Clothing* yang beriklan di SUAVE *Magazine* di promosikan juga."

B. Bagaimana **Perencanaan dan Program** *Public Relations* SUAVE *Magazine* Bandung melalui "*SUAVE The Catalogue*" dalam Menjalin Kerja sama dengan *Clothing* di Bandung?

1) Apa perencanaan jangka pendek yang akan dilakukan *Public Relations* SUAVE *Magazine* Bandung melalui "*SUAVE The Catalogue*" dalam Menjalin Kerja sama dengan *Clothing* di Bandung?

Jawaban:

"Sampai sekarang kita masih berhubungan baik dengan klien yang masih beriklan ataupun dengan klien yang sudah tidak beriklan. Rencananya kita mau membuat sebuah event, karena sebentar lagi SUAVE *Magazine* ulang tahun, lalu rencananya kita mau berkumpul dengan klien-klien. Sekarang ini SUAVE *Magazine* lebih ingin menaikan level ke tingkat nasional dengan membawa brand-brand local juga untuk dibawa ke Jakarta, karena ukuran majalah nya itu sendiri sudah berbeda dengan image yang dulu. Rencananya kita akan focus ke level nasional itu, kalau dulu mungkin hanya di local seperti Bandung dan Jakarta, yang di Jakarta pun belum tahu SUAVE *Magazine* itu apa. SUAVE *Magazine* lebih membahas online media, karena sekarang semua orang sudah bergantung dengan yang namanya internet, jadi kita mengaktifkan kembali online media seperti website, twitter dan facebook, untuk klien pun promosinya tidak hanya lewat fisik majalah, tetapi juga online media, dan segmentasi nya pun lebih mengenai sasaran."

2) **Apa perencanaan jangka panjang yang akan dilakukan *Public Relations* SUAVE *Magazine* Bandung melalui "*SUAVE The Catalogue*" dalam Menjalin Kerja sama dengan *Clothing* di Bandung?**

Jawaban:

"Rencana ke depan kita masih tetap ingin terus ada katalognya dari tahun ke tahun, karena itu sesuai dengan moto SUAVE *Magazine* "Indonesian Youth Culture and Creative *Magazine*" dan itu adalah salah satu visi misi kita."

3) **Apa tujuan yang hendak dicapai dalam melakukan kerja sama melalui program "*SUAVE The Catalogue*"?**

Jawaban:

"Karena pada awal terbitnya SUAVE *Magazine* merupakan sebuah Katalog yang ingin mengangkat kreatifitas anak muda Bandung untuk mempromosikan *brand-brand Clothing*nya. Dulu, sekitar enam tahun yang lalu, *Clothing-Clothing* belum banyak bermunculan, jadi kita ingin mengangkat *brand-brand Clothing* ini supaya orang-orang tahu seperti inilah *Clothing-Clothing* yang berada di Bandung. Sekarang katalog lebih mengejar *selling* (jualan) maka, *Clothing* tersebut lebih mengedepankan *branding* dan *image Clothing*nya. Sebelum adanya *Kickfest*, *Clothing* lebih condong beriklan di SUAVE *Magazine*, dan sekarang pameran seperti *KickFest* pun lebih banyak diadakan."

4) **Bagaimana menjalankan prosedur, cara, dan ketentuan dalam menjalin kerja sama melalui program "*SUAVE The Catalogue*"?**

Jawaban:

"Sebenarnya tidak ada persyaratan khusus bagi Clothing yang ingin beriklan di SUAVE *Magazine*. Mungkin dari awal terbitnya, SUAVE *Magazine* menginginkan Clothing-Clothing yang beriklan di SUAVE *Magazine* ini masih idealis. Semakin kesini karena semakin banyak brand-brand yang hanya mengejar target pasarnya saja dan mereka mempunyai dana, akhirnya mereka beriklanlah di SUAVE *Magazine*. SUAVE *Magazine* ingin kembali lagi ke konsep yang dulu, yang tidak hanya menjual produk, tetapi juga menjual ide dan kretifitas. Sekarang SUAVE *Magazine* lebih memilah dan memilih materi yang masuk dengan menanyakan kembali tujuan brand-brand beriklan di SUAVE *Magazine* itu untuk apa, apakah hanya mengejar penjualan atau memang mereka memiliki idealis tersendiri."

C. Bagaimana **Aksi dan Komunikasi** *Public Relations* SUAVE *Magazine* Bandung melalui "*SUAVE The Catalogue*" dalam Menjalin Kerja sama dengan *Clothing* di Bandung?

1) **Bagaimana bentuk komunikasi yang disampaikan oleh kedua belah pihak**

Jawaban:

"Biasanya kalau klien ingin beriklan di SUAVE *Magazine*, kita adakan pertemuan dulu, lalu kita ngobrolin mau nya klien konsepnya seperti apa, setelah disetujui oleh kedua belah pihak baru kita membuat kontrak kerja sama nya."

2) **Bagaimana tahapan komunikasi yang dilakukan oleh pihak SUAVE *Magazine* kepada Klien?**

Jawaban :

"pertama divisi Marketing SUAVE *Magazine* akan mencari *Clothing* untuk berpromosi di SUAVE *Magazine* melalui program "*SUAVE The Catalogue*". Kedua, divisi Marketing akan menghubungi pihak *Clothing* dan menawarkan kerja sama dalam bentuk promosi khususnya mempromosikan produk *Clothing*. Ketiga, divisi Marketing dan divisi Promosi akan mengadakan pertemuan untuk membicarakan konsep iklan nya seperti apa, akan disimpan dimana iklan tersebut, apakah sebagai *back cover*, atau hanya dimasukan kedalam katalognya saja, dan mengenai perincian biaya. Keempat, divisi marketing akan melaporkannya kepada *Owner* bahwa telah terjadi kesepakatan antara pihak SUAVE *Magazine* dengan pihak *Clothing*. Kelima, divisi Marketing akan membuatkan kontrak kerja samanya dan akan di berikan kepada *Owner* untuk mendapatkan tanda tangan persetujuan, lalu di berikan kepada pihak *Clothing* untuk ditanda tangan juga, bahwa telah setuju dengan kontrak kerja sama tersebut."

3) **Apa saja hambatan yang terasa pada saat pelaksanaan Program "*SUAVE The Catalogue*"?**

Jawaban:

"Hambatan pastinya ada, karena pihak marketing berhubungan langsung dengan klien, terus juga sebagai jembatan dari klien ke divisi-divisi lainnya. Hambatannya seperti complain dari klien mengenai kesalahan cetak di majalah, atau seperti keingingan klien konsepnya seperti apa, tetapi berbenturan dengan peraturan yang ada di SUAVE *Magazine* nya."

D. Bagaimana **Evaluasi** *Public Relations* SUAVE *Magazine* Bandung melalui "*SUAVE The Catalogue*" dalam Menjalin Kerja sama dengan *Clothing* di Bandung?

1) **Apakah program "*SUAVE The Catalogue*" sudah menjangkau sasaran yang tepat?**

Jawaban:

"Sejauh ini program *"SUAVE The Catalogue"* sudah menjangkau daerah Kota Bandung. Mereka (konsumen) mengenal SUAVE *Magazine* sebagai majalah anak muda, karena Kantor SUAVE *Magazine* berada di Kota Bandung, jadi terpantau oleh pihak SUAVE *Magazine* dan hasilnya memang sudah tepat sasaran."

2) **Bagaimana mengukur hasil dari apa yang sudah dilaksanakan melalui program "*SUAVE The Catalogue*"?**

Jawaban:

Pertama, kita follow up ke klien dan menanyakan feedbacknya bagaimana, mungkin akan terlihat setelah Clothing tersebut beriklan selama tiga bulan di SUAVE *Magazine*, yang kedua kita berhubungan langsung dengan klien untuk memantau pendistribusian dan sirkulasi majalahnya sudah tepat ke tangan konsumen (pembaca) apa belum. Ketiga, kita juga menggunakan media online, dan yang terakhir, kita langsung bertanya kepada konsumen, biasanya pada saat diadakan event seperti Kickfest.

3) **Apa manfaat yang dapat ditarik dengan adanya program tersebut?**

Jawaban:

"SUAVE *Magazine* dengan *Clothing* seperti sebuah Simbiosis Mutualisme, saling membutuhkan. Target awal dari SUAVE *Magazine* itu sendiri adalah sebuah majalah untuk promosi Clothing, dan hasilnya direspon baik oleh pihak Clothing yang akhirnya visi dan misi kita tercapai."

Bandung, 25 Januari 2011

Dinny Nadya

Marketing

HASIL WAWANCARA

Hari/tanggal : Senin, 31 Januari 2011

Waktu : 01.30 PM

Tempat : Kantor SUAVE Magazine

Narasumber : Lucky Sarwo

Jabatan : *Promotion Manager*

IDENTITAS RESPONDEN

a. Tempat, Tanggal, Lahir : Bandung, 6 Juli 1981

b. Umur : 30 Tahun

c. Alamat : Jl. Sidomulyo No. 25 Bandung

d. Lama bekerja di SUAVE : 5 (lima) Tahun

e. Pendidikan Terakhir : S1

A. Bagaimana **Mendefinisikan Permasalahan** *Public Relations* SUAVE *Magazine* Bandung melalui "*SUAVE The Catalogue*" dalam Menjalin Kerja sama dengan *Clothing* di Bandung?

1) Apa alasan di buatnya program "*SUAVE The Catalogue*"?

Jawaban :

"karena sekitar enam tahun kebelakang di Bandung, pada saat *Clothing-Clothing* bermunculan dan dibutuhkannya media promosi untuk mempromosikan produk mereka, pemilik SUAVE *Magazine* mencetuskan ide untuk tidak mengikuti membuat *Clothing*, tetapi membuat sebuah media promosi dalam bentuk majalah untuk mendukung perkembangan dari *Clothing-Clothing* tersebut."

2) **Bagaimana bentuk kerja sama antara kedua belah pihak?**

Jawaban :

"kita sama-sama diuntungkan, pertama clothing-clothing yang berpromosi akan sangat terbantu dengan adanya SUAVE *Magazine*, yang kedua hampir seluruh pembaca mengenal SUAVE *Magazine* sebagai sebuah katalog atau bisa dibilang kitabnya katalog *clothing*, pembaca dari daerah manapun kalau mau mencari perkembangan tentang clothing pasti lihat SUAVE Magazine."

3) **Bagaimana proyeksi kedepan dalam melakukan kerja sama?**

Jawaban :

"dari banyaknya *brand clothing* yang berpromosi di SUAVE *Magazine*, kita coba mengembangkan diri tidak hanya menjadi katalog, tetapi mulai menjadi semi katalog dan majalah, dan itu sekitar tiga tahun yang lalu. Di tahun sekarang kita berganti konsep lagi menjadi majalah, tetapi tetap memasukan katalognya tujuannya adalah untuk membawa nama SUAVE *Magazine* ke tingkat yang lebih nasional."

B. Bagaimana **Perencanaan dan Program** *Public Relations* SUAVE *Magazine* Bandung melalui "*SUAVE The Catalogue*" dalam Menjalin Kerja sama dengan *Clothing* di Bandung?

1) Apa perencanaan jangka pendek yang akan dilakukan *Public Relations* SUAVE *Magazine* Bandung melalui "*SUAVE The Catalogue*" dalam Menjalin Kerja sama dengan *Clothing* di Bandung?

Jawaban:

"Kita masih tetap ingin menjalin kerja sama dengan pihak Clothing dan sekarang SUAVE *Magazine* ingin mensosialisasikan format majalah barunya, karena dirasa jauh lebih menarik dan lebih jauh menjangkau target sasarannya. Untuk orang-orang yang tidak terlalu suka dengan *Clothing,* tetapi masih bisa membaca isi majalah yang lainnya, seperti fashion, musik, dan lain-lain. Intinya, kita memang masih mensosialisasikan format majalah baru dari SUAVE *Magazine*, tetapi memang masih ada rubrik katalognya."

2) Apa perencanaan jangka panjang yang akan dilakukan *Public Relations* SUAVE *Magazine* Bandung melalui "*SUAVE The Catalogue*" dalam Menjalin Kerja sama dengan *Clothing* di Bandung?

Jawaban:

"Kita ingin memperluas target leader kita, bukan hanya di Indonesia saja, tetapi juga di luar negeri dan tentunya masih berhubungan dengan Clothing,

karena sesuai dengan moto kita Youth Culture and Creative Magazine yang didalam majalah tersebut juga membahas tentang music, fashion, seni, dan lain-lain. Kita mencoba membawa budaya Indonesia, tentunya anak muda, disuarakan ke luar negeri agar taget leader di luar negeri bisa mengetahui apa yang sedang terjadi di Indonesia." kita hanya ingin mensupport aja Clothing-Clothing yang ingin branding untuk brand-brand Clothing tersendiri, dan kali ini kita ingin lebih memperluaskannya lagi."

3) **Apa tujuan yang hendak dicapai dalam melakukan kerja sama melalui program "*SUAVE The Catalogue*"?**

Jawaban:

"Kita hanya ingin mensupport saja Clothing-Clothing yang ingin branding untuk brand-brand Clothing tersendiri, dan kali ini kita ingin lebih memperluaskannya lagi."

4) **Bagaimana menjalankan prosedur, cara, dan ketentuan dalam menjalin kerja sama melalui program "*SUAVE The Catalogue*"?**

Jawaban:

"Ada ketentuan dan syarat untuk beriklan di SUAVE Magazine, yaitu konsepnya harus jelas, detail nya harus bagus, karena kita ingin mengangkat nama Clothing itu menjadi bagus di mata khalayak. Kita juga membantu keinginan klien untuk beriklan di SUAVE Magazine."

C. Bagaimana **Aksi dan Komunikasi** *Public Relations* SUAVE *Magazine* Bandung melalui "*SUAVE The Catalogue*" dalam Menjalin Kerja sama dengan *Clothing* di Bandung?

1) Bagaimana bentuk komunikasi yang disampaikan oleh kedua belah pihak?

Jawaban:

"Pada saat klien membawa materi untuk beriklan, pasti kita mengadakan pembicaraan dulu, selalu ada kesepakatan supaya semuanya terlihat lebih bagus, biasanya klien mengikuti keinginan dari kita, tetapi kita juga membatu keinginan klien untuk beriklan itu seperti apa. Tujuan klien beriklan pun pasti ingin image brandingnya bagus, dan sejauh ini memang tidak ada masalah dengan obrolan kesepakatan."

2) Bagaimana tahapan komunikasi yang dilakukan oleh pihak SUAVE *Magazine* kepada Klien?

Jawaban :

"divisi marketing mencari klien untuk materi iklan yang akan dimuat di SUAVE Magazine ataupun di SUAVE The Catalogue-nya, lalu kita mengadakan pertemuan, saya selaku divisi promosi dan Dinny selaku divisi marketing untuk membicarakan konsep yang di inginkan oleh pihak klien, dan membicarakan mengenai perincian biaya, barulah di buat kontrak kerja samanya."

3) **Apa saja hambatan yang terasa pada saat pelaksanaan Program "*SUAVE The Catalogue*"?**

Jawaban:

"Alhamdullillah pelaksanaan program tersebut lancar-lancar saja, kadang memang kita terpentoknya sama deadline, misalnya deadline tanggal 10 Januari, dan materi harus sudah masuk tetapi Clothing belum memberikan materinya."

D. Bagaimana **Evaluasi Program** *Public Relations* SUAVE *Magazine* Bandung melalui "*SUAVE The Catalogue*" dalam Menjalin Kerja sama dengan *Clothing* di Bandung?

1) **Apakah program "*SUAVE The Catalogue*" sudah menjangkau sasaran yang tepat?**

Jawaban:

"sejauh ini sudah mencapai target sasarannya, tetapi kita tidak berhenti sampai disini, kita akan terus meng-eksplore. Disesuaikna juga dengan content majalahnya."

2) **Bagaimana mengukur hasil dari apa yang sudah dilaksanakan melalui program "*SUAVE The Catalogue*"?**

Jawaban:

"kita punya beberapa media promo pendukung seperti Twitter dan Facebook. Kita bisa lihat berapa banyak follower untuk twitter, friendlist untuk facebook, dan aktivasinya berjalan atau tidak. Melalui media *online* tersebut, kita dapat mengukur hasil dari target sasaran yang dicapai, lalu dibuat kedalam sebuah grafik perkembangan dari hari ke hari."

3) **Apa manfaat yang dapat ditarik dengan adanya program tersebut?**

Jawaban:

"Seluruh pembaca dan klien akan sangat dipermudah untuk mendapatkan sebuah informasi dan media *branding* yang tepat, mudah, dan terpercaya. Khususnya dalam konteks perkembangan *Youth Culture dan Creative Magazine*."

Bandung, 31 Januari 2011

Lucky Sarwo

Promotion Manager

HASIL WAWANCARA

Hari/tanggal : Selasa, 1 Februari 2011

Waktu : 3.44 PM

Tempat : Kantor KiddRock

Narasumber : Ahmad Mu'arif

Jabatan : Kepala Produksi

IDENTITAS RESPONDEN

a. Tempat, Tanggal, Lahir : Bandung, 19 Januari 1981

b. Umur : 30 tahun

c. Alamat : Jl. Lebe No. 8 Bandung

d. Lama bekerja di KiddRock : 2 (dua) tahun

e. Pendidikan Terakhir : D3 (Diploma 3)

---

1. **Bagaimana bentuk kerja sama antara kedua belah pihak?**

   Jawaban:

   "saya rasa kita sama-sama diuntungkan, kita sebagai pihak *clothing* yang berpromosi di SUAVE *Magazine* merasa terbantu dengan adanya program "SUAVE The Catalogue" tersebut, dan pembeli pun sebelum atau sesudah

berbelanja, pasti menanyaka SUAVE Magazine. Karena dari awal Clothing KiddRock berpromosi di SUAVE *Magazine*, pengunjung dan pembeli meningkat, dan tidak hanya itu KiddRock menggunakan artis sebagai *icon* produk dan mengiklankannya di SUAVE *Magazine* sehingga pembeli menjadi lebih tertarik."

2. **Bagaimana proyeksi kedepan dalam melakukan kerja sama?**

   Jawaban:

   "kita mengharapkan kerja sama ini tetap terjalin dari tahun ke tahun, proyeksinya yaitu, kita ingin tetap berpromosi di SUAVE *Magazine* dan kita ingin ditawari sebuah kontrak eksklusif yang di dalam majalahnya banyak membahas tentang *clothing* kita."

3. **Apa perencanaan jangka pendek yang akan dilakukan *Clothing* KiddRock Bandung melalui "*SUAVE The Catalogue*" dalam menjalin kerja sama dengan SUAVE Magazine?**

   Jawaban:

   "kita mempunyai rencana untuk saat-saat ini, yaitu adalah membuat produk-produk kita lebih dikenal di masyarakat, bukan hanya di Bandung saja. Maka, kita ber promosi melalui SUAVE *The Catalogue*."

4. **Apa perencanaan panjang pendek yang akan dilakukan *Clothing* KiddRock Bandung melalui "*SUAVE The Catalogue*" dalam menjalin kerja sama dengan SUAVE *Magazine*?**

   Jawaban:

   "Selain rencana jangka pendeknya tercapai, saya juga ingin mempromosikan produk saya ke luar negeri agar masyarakat Indonesia itu bangga dan mencintai produk dalam negeri."

5. **Apa tujuan yang hendak dicapai dalam melakukan kerja sama melalui program "*SUAVE The Catalogue*"?**

   " kita ingin produk-produk kita di kenal oleh masyarakat luas"

6. **Bagaimana menjalankan prosedur, cara, dan ketentuan dalam menjalin kerja sama yang di buat oleh pihak SUAVE Magazine melalui program "*SUAVE The Catalogue*"?**

   Jawaban:

   "menjalankan prosedur itu mudah, karena semua prosedur itu sudah tetulis di kontrak kerja sama, jadi kita sebagai pihak Clothing tinggal membaca prosedur, cara dan ketentuannya baru kita membuat kesepakatan."

7. **Bagaimana bentuk komunikasi yang disampaikan oleh kedua belah pihak?** "Sebelum kita menyetujui kontrak kerja sama yang akan kita jalin, kita mengadakan pertemuan terlebih dahulu untuk membicarakan konsep yang kita inginkan seperti apa, dan pihak SUAVE Magazine membantu dalam konsep tersebut. Selanjutnya baru kita menanda tangani kontrak kerja sama yang telah kita bicarakan tadi."

8. **Bagaimana tahapan komunikasi yang dilakukan oleh pihak SUAVE *Magazine* kepada Anda sebagai Klien?**

   Jawaban :

   "pertamanya memang pihak kita yang menawarkan untuk mempromosikan produk kita di SUAVE Magazine, setelah satu tahun, pihak SUAVE yang menghuungi kita apakah kita masih tetap ingin beriklan atau tidak,"

9. **Sebagai kilen, apa saja hambatan yang terasa pada saat pelaksanaan Program "*SUAVE The Catalogue*"?**

   Jawaban:

   "selama *Clothing* KiddRock mempromosikan produknya di SUAVE Magazine, Alhamdulillah tidak ada hambatan yang terjadi."

10. Apakah program "*SUAVE The Catalogue*" sudah menjangkau sasaran yang tepat di Clothing KiddRock?

Jawaban:

"Sudah, buktinya dari awal KiddRock berpromosi di SUAVE *Magazine* dan mempromosikannya lewat *"SUAVE The Catalogue"* penghasilan yang didapat meningkat di setiap bulannya."

11. Apa manfaat yang dapat ditarik dengan adanya program tersebut?

"manfaatnya bagi kita sebagai klien, produk-produk kita bisa di kenal oleh masyarakat yang bukan hanya di Bandung saja, tetapi juga di kota-kota lainnya."

Bandung, 1 Februari 2011

Ahmad Mu'arif

Kepala Produksi

Contoh *Cover* SUAVE *Magazine* dan SUAVE *The Catalogue*



Sumber: Dokumentasi Peneliti 2011

Contoh *Content* SUAVE *The Catalogue*



Sumber: Dokumentasi Peneliti 2011

Contoh *Website* SUAVE *Magazine*



Sumber: www.suavemagz.com

FOTO WAWANCARA DENGAN IBU DINNY NADYA



Sumber: Dokumentasi Peneliti 2011

FOTO WAWANCARA DENGAN BAPAK LUCKY SARWO



Sumber: Dokumentasi Peneliti 2011

FOTO WAWANCARA DENGAN BAPAK AHMAD MU'ARIF



Sumber: Dokumentasi Peneliti 2011