BAB III

OBJEK PENELITIAN

3.1 Sejarah SUAVE *Magazine* Bandung

Clothing industry yang muncul dan berkembang di Bandung, ikut memicu perkembangan industri-industri kecil yang baru, yang juga berbasis kreatifitas. Secara organik, infrastruktur pendukungnya, bermunculan satu persatu. Salah satu usaha yang bisa mendukung perkembangan *Clothing* yaitu dengan hadirnya SUAVE *Magazine*. Ketika *Clothing* Industri banyak bermunculan, pemilik SUAVE *Magazine* melihat peluang yang timbul untuk mendukung kegiatan *Clothing industry* yang semakin ramai dan akhirnya beliau mendirikan SUAVE *Magazine*. Menurutnya, saat ini banyak *Clothing Industry* yang kemudian menggunakan jasa desainer grafis, fotografer dan biro iklan untuk menggarap materi promosi produk yang bersangkutan. Baginya kondisi ini sangat menggembirakan, karena bidang industri kreatif lainnya bisa bermunculan.

SUAVE *Magazine* yang beralamat di Jl. Sidomulyo No. 25 Sukaluyu, Bandung adalah sebuah majalah bulanan berskala nasional yang mendukung semua kegiatan komunitas kreatif pada umumnya. SUAVE *Magazine* merekam semua perkembangan *fashion*, budaya dan kreativitas kaum muda dengan gaya yang ringan, menghibur namun tetap terlihat cerdas.

SUAVE *Magazine* berawal sebagai sebuah media yang mewadahi komunitas anak muda dengan gaya hidup kreatif *independent* yang memiliki

eksklusifitas tersendiri. Kemudian, seiring dengan berjalannya waktu, gaya hidup tersebut berkembang dengan signifikan dan dapat diterima menjadi sebuah trend gaya hidup berskala nasional. Oleh karena itu, sebagai media yang dijadikan panutan komunitas kreatif independent, market SUAVE *Magazine* akan terus berkembang seiring perkembangan gaya hidup tersebut.

SUAVE *Magazine* berangkat dari basis komunitas kreatif, sejak terbitan pertamanya pada bulan April 2004 dan setelah enam tahun perjalanannya, SUAVE berevolusi dari SUAVE *Free Catalogue* menjadi SUAVE *Magazine*. Dengan lebih banyak menampilkan artikel, liputan, foto dan *feature* yang kreatif. SUAVE *Magazine* bisa memenuhi dahaga akan catatan informasi trend budaya anak muda yang berkembang di Indonesia.

Pada awalnya SUAVE *Magazine* dicetak sebanyak 3000 eksemplar dengan modal sebuah komputer pribadi. Kini tirasnya mencapai 8000 eksemplar dengan 90 halaman *full color*. Selain didesain dengan tampilan yang terlihat *mainstream*, jauh dari kesan indie dan *underground*, juga diberikan halaman galeri bagi siapapun yang ingin berkarya dengan desain grafisnya dan akan ditampilkan di salah satu halaman SUAVE *Magazine*.

Sejak Oktober 2006, SUAVE *Magazine* telah didukung oleh website www.suavecatalogue.com dan menjadi media print lokal pertama yang menyediakan versi digital untuk diunduh gratis, maka SUAVE *Magazine* menjadi media yang *unlimited* atau tidak terbatas. Lebih dari 5000 eksemplar digital version SUAVE *Magazine* diunduh setiap bulannya, dan sekarang websitenya telah diperbaharui menjadi www.suavemagz.com.

Dengan rata-rata lebih dari 120 halaman, SUAVE *Magazine* hadir di minggu pertama setiap bulannya dalam tiga versi yaitu:

1. Bentuk versi cetak gratis yang bisa didapatkan gratis di *pickup point* (*distro*, *Clothing*, atau tempat *hang out*).
2. Bentuk versi digital yang bisa diunduh gratis dalam format e-*Magazine* di www.suavemagz.com.

Konsep dasar dari SUAVE *Magazine* adalah media promosi yang mempunyai visi dan misi memajukan *Clothing* lokal secara professional. Artinya, sudah saatnya *Clothing* lokal diketahui oleh khalayak banyak. Oleh karena itu SUAVE *Magazine* dibuat dengan format yang sederhana, berkesan ekslusif, dengan desain dan layout yang menyegarkan dan atraktif. Sehingga, walaupun SUAVE *Magazine* adalah majalah gratis namun bisa menjadi salah satu produk yang *collectible*. Dengan tampilan catalog yang menghadirkan produk-produk fashion terbaru, maka kehadiran SUAVE *Magazine* selalu ditunggu oleh para penikmat fashion dan majalah SUAVE *Magazine*, karena informasi yang ada di SUAVE *Magazine* penting tidak hanya untuk sekarang tetapi juga untuk masa depan.

SUAVE *Magazine* sangat identik dengan komunitas *Clothing* atau *Distro* dan segala aspek yang berhubungan dengan komunitas ini, seperti music, desain, seni atau fotografi. Dalam perjalanannya SUAVE *Magazine* sudah banyak membantu komunitas-komunitas kreatif ini berkembang secara professional.

Berikut daftar tabel Clothing yang sudah dan masih melakukan kerja sama dengan SUAVE *Magazine*:

Tabel 3.1

Nama-nama Clothing yang melakukan kerja sama dengan SUAVE *Magazine*

No	Nama Clothing	Keterangan
1	Firebolt	Bandung
2	Six Pax	Bandung
3	KiddRock	Bandung
4	Baby Bones	Bandung
5	UNKL347	Bandung
6	Demevil	Bandung
7	Skaters	Bandung
8	Vogard	Bandung
9	Jail Body Inside	Bandung
10	Gipzzie	Bandung
11	Moruka	Bandung
12	Black Jack	Bandung
13	Rotten Industries	Bandung
14	Russia Cloth	Bandung
15	DeFly	Bandung
16	Moutley	Bandung

No	Nama Clothing	Keterangan
17	Oink!	Bandung
18	The Ahmed	Bandung
19	Sevensins	Bandung
20	Kuya Gaya	Bandung
21	Began	Bandung
22	Horo O'rly	Bandung
23	Mugabe	Bandung
24	Gummo	Bandung
25	Badger	Bandung
26	Antibeauty	Bandung
27	Blankwear	Bandung
28	D'loops	Bandung
29	Evil Army	Bandung
30	Black Id	Bandung
31	Diery	Bandung
32	Highlight works	Bandung
33	Screamous	Bandung
34	Mejiku	Bandung
35	The Mighty Industries	Bandung
36	Kizaru Animanga	Bandung
37	Green Light	Bandung

No	Nama Clothing	Keterangan
38	Gravel	Bandung
39	Semon	Bandung
40	Flea Magic	Bandung
41	Hangover	Bandung
42	Thunder Star	Bandung
43	Proshop	Bandung
44	Dobujack Invasion	Bandung
45	Wadezig	Bandung
46	Respon & RDP	Bandung
47	Gee Eight	Bandung
48	Intrict Clothing Revolution	Bandung
49	East	Bandung
50	Mofo	Bandung
51	Tuesdayz	Bandung
52	3second	Bandung
53	Airplane System	Bandung
54	Rogue	Bandung
55	Morphine	Bandung
56	Easy division	Bandung
57	inksomnia	Bandung
58	Vicious Clothing Co	Bandung

No	Nama Clothing	Keterangan
59	Varc	Bandung
60	Arena	Bandung

Sumber : Company Profile SUAVE Magazine 2010

3.2 Visi dan Misi SUAVE *Magazine* Bandung

3.2.1 Visi SUAVE *Magazine* Bandung

Visi dari SUAVE *Magazine* itu sendiri yaitu menjadikan SUAVE *Magazine* sebagai media promosi yang utama bagi *Clothing* lokal di Indonesia. Selain itu juga, untuk membawa nama SUAVE *Magazine* ke tingkat internasional.

3.2.2 Misi SUAVE *Magazine* Bandung

Misi dari SUAVE *Magazine* ialah memajukan *brand image Clothing* lokal agar bisa bersaing dengan produk-produk dari luar negeri.

3.3 Logo SUAVE *Magazine* Bandung

Adapun logo dari SUAVE *Magazine* yakni sebagai berikut:

Gambar 3.1

Logo SUAVE *Magazine*



Sumber : Company Profile SUAVE Magazine 2010

Kata SUAVE di ambil dari kamus yang memiliki arti halus, lembut, sopan dan ramah. Sesuai dengan isi dari majalah itu sendiri, suatu majalah yang bagus tetapi cenderung manis, karena pada saat *Independent* cenderung dengan *Underground*, dan butuhnya media lokal yang tinggi untuk memberikan berita-berita lokal, SUAVE mencoba masuk dengan jalur industri *Clothing* dengan pengemasan majalah yang lebih *soft* agar lebih bisa diterima oleh masyarakat.

SUAVE *Magazine* memiliki moto yaitu *Indonesian Youth, Culture and Creatif Magazine* yang berarti SUAVE *Magazine* ingin mengangkat kreatifitas anak-anak muda Bandung dan Indonesia pada umumnya mengenai *culture* atau budaya, kegiatannya dan merekam semua itu kedalam sebuah majalah. SUAVE *Magazine* mengedapankan produk dalam negeri dalam kreatifitasnya untuk dapat diterima oleh khalayak yang berada bukan hanya di Indonesia saja.

3.4 *Content* SUAVE *Magazine*

Content atau isi dari SUAVE *Magazine* itu sendiri adalah sebagai berikut:

1. *The Catalogue*

   The catalogue adalah sebuah katalog menghadirkan rata-rata lebih dari 500 produk baru dari puluhan *brand* setiap bulannya.

2. *Suave Fresh*

   Rubrik ini menampilkan hal-hal yang baru dari berbagai hal, seperti *fashion, product, life style, gadget*, sampai dengan tempat *hangout* atau tempat nongkrong yang menjadi rekomendasi dari SUAVE *Magazine* untuk para pembacanya.

3. *People*

   Rubrik *people* menampilkan figur-figur muda yang berbakat dan berprestasi baik itu secara nasional maupun internasional. Rubrik ini sangat inspiratif, dan diharapkan dapat memicu kaum muda, yang membaca SUAVE *Magazine* untuk lebih berprestasi.

4. Suave *Reviews*

   Rubrik ini menampilkan beberapa literatur yang direkomendasikan seperti: film, buku, dan website untuk dikonsumsi oleh pembaca SUAVE *Magazine*.

5. *Showcase*

   Rubrik ini ditujukan sebagai lahan untuk menampilkan karya-karya yang asli dan baru dari para seniman muda Indonesia. Dimana disetiap

edisinya, SUAVE *Magazine* menampilkan setidaknya dua karya untuk menginspirasi pecinta seni lainnya untuk berkarya.

6. Ad *quiz*

   Ad *quiz* adalah salah satu penghargaan yang diberikan SUAVE *Magazine* untuk para pembuat iklan di SUAVE *Magazine*, dengan menggunakan sistem *polling* sms, para pembaca dipersilahkan memilih iklan terbaik di setiap edisinya. Terbukti dengan adanya rubrik ini, para pengiklan makin terpacu untuk membuat iklan yang lebih baik lagi.

7. *Fashion Updates*

   Rubrik ini memperlihatkan *fashion* terbaru yang sedang diperbicangkan.

8. *Check This Out!*

   Rubrik ini lebih bersifat informatif. Mengangkat segala sesuatu yang perlu diketahui, seperti: website, band, dan lain-lain.

9. *Breakin' News*

   Menginformasikan berita terbaru seputar musik lokal-internasional, seniman, artis, dan lain-lain.

10. *Music Profile*

    Rubrik ini mengupas sebuah group musik (band) ataupun musisi yang baru meriliskan album dalam bentuk sebuah *interview*.

11. *Inspiring Brand*

    Dalam rubrik ini SUAVE *Magazine* membahas *brand-brand fashion* yang cukup banyak memberikan *influence* atau pengaruh untuk dunia *fashion* dan *Clothing*.

12. Event Review

Event review merupakan liputan acara-acara yang bekerjasama dengan pihak SUAVE *Magazine* dan acara-acara yang patut di angkat ke publik.

13. Komunitas

Rubrik komunitas mengulas tentang beragam komunitas anak muda yang berada di Indonesia. Keberadaan dan keunikan dari beragam komunitas yang menjadi informasi yang menarik untuk para pembaca SUAVE *Magazine*.

14. Tipsy

Berisi tips-tips menghibur dan penyegar untuk pembaca SUAVE *Magazine*.

3.5 Struktur Organisasi SUAVE *Magazine* Bandung

Gambar 3.2

Struktur Organisasi



Sumber : Company Profile SUAVE Magazine

3.6 *Job Descriptions* SUAVE *Magazine* Bandung

Berdasarkan struktur organisasi SUAVE *Magazine* terdapat uraian tugas dari masing-masing bagian yaitu sebagai berikut:

1. **Direksi**
   a. Memimpin perusahaan dengan menerbitkan kebijakan-kebijakan SUAVE *Magazine*.

b. Memilih, menetapkan, mengawasi tugas dari karyawan dan kepala bagian (manajer).
c. Menyetujui anggaran tahunan perusahaan.
d. Menyampaikan laporan kepada pemegang saham atas kinerja perusahaan.
e. Memimpin dan Mengendalikan semua kegiatan dari SUAVE *Magazine*.
f. Merencanakan dan Menyusun Program Kerja Perusahaan lima tahunan dan tahunan.

2. Chief Editor

pemimpin sekaligus pengelola divisi editorial.

3. Finance

a. Menyiapkan anggaran atau *budget*.
b. Mengatur pemasukan dan pengeluaran.
c. Menyimpan uang kas untuk kepentingan perusahaan.
d. Melaksanakan transaksi dengan klien.
e. Mengelola dan membagikan gaji karyawan.

4. Promosi

a. Menyusun rencana kegiatan di bidang promosi .
b. Menyiapakan bahan untuk pengembangan bidang pemasaran.

c. Melakukan penelitian, perencanaan, pembinaan koordinasi serta pengawasan.

d. Mengumpulkan dan menganalisa data di bidang pemasaran.

e. Mempromosikan SUAVE *Magazine* kepada khalayak publik.

f. Mengevaluasi pelaksanaan kegiatan promosi secara keseluruhan.

5. Print

Media yang digunakan dalam sebuah promosi untuk sebuah acara liputan.

6. Online

Media yang digunakan didalam promosi berupa internet untuk mengenalkan SUAVE *Magazine* kepada *public online.*

7. Editorial

a. Memahami tata cara mandapatkan naskah.

b. Memahami Teknis Administratip penerima, naskah yang masuk ke penerbit.

c. Memahami faktor-faktor penentu untuk menilai (menimbang kelayakan naskah yang akan diterbitkan).

d. Memahami kerjasama dengan rekan-rekan kerja dari bagian lainnya.

8. Manager Editor

a. bertanggung jawab pada pengelolaan manajemen penerbitan.

b. Mengatur kegiatan editorial.

9. Reporter

a. Mencari beita di lapangan sesuai dengan arahan dari news editor dengan panduan coordinator liputan.

b. melakukan peliputan berita (*news gathering*) di lapangan untuk bahan berita SUAVE *Magazine.*

10. Marketing

Menawarkan SUAVE *Magazine* secara langsung kepada konsumen.

11. Marketing Manager

a. Mengatur semua kegiatan *account excecutive*.

b. bertanggung jawab terhadap operasional marketing sehari-hari

c. menjalin hubungan dengan mitra bisnis atau klien.

d. Membuat *budget marketing annually.*

e. Membuat strategi efektif bulanan ungtuk SUAVE *Magazine*.

f. Membuat analisa terhadap *product competitor* yang ada di pasar.

g. Mengevaluasi semua kegiatan marketing untuk SUAVE *Magazine* yang sudah diterbitkan di pasaran.

12. Account Excecutive

a. Mengembangkan *business key account* dan membina hubungan kerja secara rutin klien guna mencapai target yang telah ditentukan melalui monitoring penjualan dan program promosi yang telah direncanakan perusahaan.
b. Memonitor aktifitas promosi, untuk memastikan implementasi program berjalan berjalan sesuai rencana.
c. Mengupdate *account profile*, uintuk mengetahui profil yang di perbaharui per-tahunnya, sebagai informasi data.
d. Membuat rencana program promosi, beserta implementasi dan evaluasi.
e. Membuat laporan harian dan bulanan yang berkaitan dengan promosi.
f. Implementasi dan monitoring program promosi beserta pemasangan materi promosi, agar sesuai dengan program promosi.

13. Creative

Ide-ide yang dituangkan kedalam sebuah *design* atau tulisan.

14. Creative Director

a. Membuat konsep, apa yang diinginkan oleh klien
b. Mengkoordinasi lapangan dalam melaksanakan atas apa yang telah direncanakan.
c. Memberikan ide-ide cerita yang berbeda untuk menjadikan program dalam content SUAVE *Magazine* lebih menarik.

15. Design Grafis

a. Men*design* konsep yang diinginkan oleh klien

b. Membuar sesuatu hal yang berhubungan dengan *design* untuk isi SUAVE *Magazine*.

c. .men*design* secara grafis mengenai produk yang akan dibuat.

16. Photographer

a. Merekam sebuah kejadian, peristiwa, atau sebuah acara melalui media yaitu kamera.

b. Memfoto model-model yang dijadikan sampul oleh SUAVE *Magazine.*

17. Sirkulasi

Pengaturan distribusi SUAVE *Magazine* untuk di tempatkan dimana saja.

18.* Sirkulasi *Manager

Mengatur distribusi pemasaran ke *pick-up point* atau tempat *hang out.*

19. Staff

Mengerjakan semua pekerjaan sesuai dengan fungsi dan tugasnya masing-masing.