

Pola komunikasi dalam pengelolaan pemasaran surat kabar daerah (suatu studi kasus terhadap surat kabar daerah Surabaya Post)

Henny Supriyati Widyaningsih, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20284182&lokasi=lokal>

Abstrak

Pers, khususnya surat kabar mempunyai peranan penting dalam menyebarkan program pembangunan. Namun terutama pers daerah kurang mampu mengelola, baik segi editorial management (Redaksi) maupun dalam business management (Administrasi, Iklan dan Distribusi). Karena pers daerah harus memperbaiki diri dalam pengelolaannya. Perlu ada pemasaran terpadu antara unsur 4 P dalam Pengelolaan Pemasaran. Disini tampak pentingnya komunikasi yang terjadi di dalamnya. Kenyataannya pers, nya Surabaya Post merupakan surat kabar terbesar di Jawa-Timur. Penulis merasa perlu melihat pola komunikasi yang terjadi sehubungan, dengan permasalahan yang ada pada Surabaya Post. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan cara participant-observation, antara Oktober - November 1981. Dari hasil penelitian tampak bahwa komunikasi pengelolaan pemasaran Surabaya Post melalui saluran dan non formal. Saluran komunikasi formal terdiri dari komunikasi vertikal dan horizontal, atau, membentuk arus informasi downward, upward dan horizontal. Arus downward banyak berasal dari Pemimpin Umumnya dan berisi komunikasi formal. Saluran non formal sering digunakan, yaitu melalui perantara Sekretaris Direksi. Jelas ini menghambat arus upward dalam formal seorang yang, langsung pada Pemimpin Umumnya. Sedangkan arus horizontal lebih hidup di antara bawahan atau antar bagian. Kesimpulannya bahwa, pengelolaan Surabaya Post terpusat pada Pemimpin Umumnya. Karenanya lebih banyak arus downward yang bersifat instruktif. Dalam hubungan dengan bawahan tampak peran seorang perantara, yaitu Sekretaris Direksi.