BAB IV

ANALISIS DATA

Untuk menganalisis hasil yang di peroleh. Disini penulis mengunakan teknik analisa Deskriktif kualitaif yaitu data yang disajikan dalam bentuk pernyataan atau kaliamat untuk menjelaskan substensi permasalahan (bungin, 2008). Sehingga di peroleh gambaran yang jelas tentang strategi surat kabar tribun Pekanbaru dalam meningkatkan oplah

Analisi data yang penulis lakukan untuk menetahui bagaimana strategi surat kabar tribun Pekanbaru dalam meningkatkan oplah. Selain itu penulis juga ingin mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi dalam mengambil kebijakan untuk menyusun strategi promosi surat kabar tribun Pekanbaru.

Kegiatan promosi yang dilakukan tribun Pekanbaru adalah keamuan sebuah perusahaan untuk mengembangkan diri kearah yang lebih besar dangan terus melakukan promosi juga akan mengenalkan prusahanan ke khalayak.

A. strategi tribun Pekanbaru dalam meningkatkan oplah penjualan

Dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan penulis di surat kabar tribun Pekanbaru terhadap para narasumber yang dalam hal ini adalah ibu (iin margareta, meneger periklana tribun Pekanbaru) serta bebarapa dokumentasi yang di miliki sutrat kabar tribun Pekanbaru, serta riset yang di mulai dari bulan Juli sampai dengan Oktober 2013, maka dapat dilihat bahwa untuk menetukan sebuah strategi promosi yang baik dilakukan rapat bersama dalam menetukan keputusan.

Strategi hampir semuanya berjalan dengan lancar meski masih terdapat

beberapa kendala, namun hal itu masih dapat di atasi dengan strategi lainnya secara cepat. Adapun strategi tersebut antara lain :

a. strategi melalui periklanan

management surat kabar tribun Pekanbaru dalam menjalankan strategi meningkatkan penjualan melalui strategi promosi bisa dikatakan berhasil meski masih mandapat masalah. Strategi surat kabar tribun Pekanbaru dalam meningkatkan oplah untuk mengembangkan surat kabar kedepannya agar masyarakat lebih dapat melilih berita yang independent.

Dalam strategi surat kabar tribun Pekanbaru dalam meningkatkan jumlah oplah mendapat timbal balik dari mayarakat, dan hasil yang di tunjukna dapat di lihat dari jumlah oplah yang terus naik dari tahun-tahun sebelumnya.

1. Periklanan tribun Pekanbaru

Periklanan adalah penyajian penjualan non-personal yang dikomunikasikan melalui bentuk media atau non-media untuk mempengaruhi sejumlah besar konsumen. Periklanan adalah metode umum untuk mempromosikan produk dan jasa. Meskipun periklanan umumnya lebih mahal dibanding dengan metode lain, namun dapat menjangkau banyak konsumen.

Periklanan yang dilakukan oleh Surat Kabar Tribun meliputi periklanan dengan :

- Spanduk dan baliho

  sepanduk tribun Pekanbaru di pasang di tempat-tempat strategis agar

mudah untuk di baca, dan baliho tribun yang bisanya di pajang di jln, Sudirman Pekanbaru sebelum rumah sakit awal bros dan jalan harapan raya di depan kantor tribun Pekanbaru,

- periklanan melalui Radio

  melalui radio tribun juga terus melakukan griliya melalui radio untuk menarik pelanggan ini terbukti beberapa radio Pekanbaru telah menyiarkan iklan tribun untuk membeli harian ataupun mengundang dalam acara jalan santai ataupun senam pagi.

- periklanan melalui Internet.

  Internet saat ini bukan merupakan barang langka seperti beberapa tahun sebelumnya, pihak perusahan sadar akan keinginan pembaca yang terus menginginkan berita-berita terhangat baik melalui komputer maupum smartphone mereka. Tribun Pekanbaru memang merencanakan internet sebagai pemancar bahkan sejak pertama merka rilis. Contohnya mereka unya web. www.tribunPekanbaru.com. Facebook (tribunPekanbaru) dan twiteer @tribunPekanbaru.

- periklanan Iklan Luar Ruangan

  Pengaruh iklan luar ruangan juga sangat baerpengaruh dalam meningkatkan oplah penjualan surat kabar tribun Pekanabaru karena dapat terus mengundang para elanggan – pelanggan baru

- Iklan Transportasi

  Periklanan dapat menjadi alat promosi yang murah dan dapat terus bejalan menjemput para calon-calon pelanggan baru

- Periklanan Khusus

Periklanan khusus sangat berguna dalam menjalan kan strategi surat kabar tribun Pekanbaru dalam meningkatkan oplah karena akan langsung menjuruskan masyarakat dalam memlilh sebuah surat kabar yaitu tribun Pekanbaru

2. strategi promosi tribun Pekanbaru

Berdasarkan wawancara penulis dengan meneger promosi ibu Iin irawati tribun Pekanbaru dapat di analisis bahwa dalam meningkatkan oplah mendapat respon yang baik oleh mayarakat setiap strategi untuk promosi mempunyai keberhasilan sendiri. Hal ini dpat di lihat dari hasilnyata peningkatan jumlah oplahnya

a. Rabat

Promosi surat kabar tribun Pekanbaru melalui rabat yang di lakukan oleh tim manegenet promosi mendapat respon yang baik dari masyarakat. Keberhasil program ini tak lepas dari kerja sama dan dukungan dari pihak keuangan tribun Pekanbaru untuk mendorong para pelanggan-pelanggan baru dari promosi melalui rabat ini

Terakhir kali promosi ini di lakukan oleh surat kabar tribun Pekanbaru yaitu maret 2013 yaitu saat program jalan santai bersama tribun Pekanbaru bagi mereka para pelanggan baru yang akan berlangganan selama tiga bulan akan di berikan rabat Rp. 90.000 atau uang kambali selama satu bulan berlangganan. Hal ini mendapat antusias yang baik bagi mereka yang mengikuti acara tersebut.

b. Kupon

Kupon yang digunakan dalam surat kabar tribun Pekanbaru adalah salah satu bentuk produk yang menarik perhatian para pembaca. Kupon tersebut dapat di tukarkan dengan tiket berbagai acara yang di seponsori tribun Pekanbaru kegiatan promosi memalaui kopon memang tidak setiap bulan di lakukan oleh surat kabar tribun Pekanbaru, tapi saat promosi mengunakan kupon ini di laksanakan masyarakat sangat mengandrunginya. Kesempatan ini bukanlah merupakan hal keberuntungan karena jauh sebelumnya pihak tribun pekan baru sudah mengoptimalisaikan kegiatasn ini dengan melakukan survey keinginan mayarakat dalama halnya kependukungan mereka turut serta perkembangan politik khususnya daerah riau ini.

Management promosi selalu mengambil langkah-langkah yang dianggap sangat strategis untuk meningkatkan oplah penjualan mereka untuk itu promosi melalui kupon ini di nilai berhasil.

c. Sampling

Sampling yang di lakukan surat kabar tribun Pekanbaru di lakukan sebagai salah satu strategi promosi pengenalan pada pelanggan – pelanggan baru seperti halnya yang pernah teribun lakukan saat hari pertama peluncuran perdana kepada calon-calon pembeli potensial baik itu para petinggi atau pun pejabat-pejabat pemerintahan. Kadang ada acara-acara tertentu antara lain tour de singkarak, Riau expo, dll, tribun juga memberikan sampling. Promosi ini memang memakan biaya namun secarah keseluruhan akan

mengenalkan surat kabar tribun Pekanbaru labih luas.

d. Display

Surat kabar tribun Pekanbaru akan memberikan bantuan promosi melalui display di tempat-tempat agen atau pun distributor agar lebih memudahkan para calon pembeli atau pun para pemasang iklan di tribun Pekanbaru hal ini cukup efektif karena tidak jauh dari pihak konsumen dan akan terus menjadi acuan kedepan jika suatu tempat seperti halnya di Jakarta dan di Pekanbaru jumlah iklan trus meningkat perusahan akan terus manambah display di tempat-tempat para agen atau pengecer. Ini merupakan salah satu strategi surat kabar tribun Pekanbaru dalam meningkatkan oplah dengan cara mejemput bola.

e. Premium

Promosi surat kabar tribun Pekanbaru dalam meningkatkan oplah melalui promosi premium memang sudah dilakukan dari tahun-tahun awal keluarnya surat kabar ini namun promosi ini bukanlah promosi yang di berlakuakan secara keseluruhan karena promosi premium ini hanya di khususkan kepada para tamu-tamu yang melakukan kunjungan kerja maupun melakukan perjalanan ke tribun Pekanbaru. Seperti contohnya mentri olahraga sebelumnya Andi malarangeng yang melakuakan kunjungan kerja ke kantor tribun hal ini tidak di sisa-siakan teribun karena berliau merupankan orang penting di jajaran kabinet Indonesia saat itu. Dan tribun pekan baru melakukan promosi secara premium langsung kepada beliau.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi strategi tribun Pekanbaru dalam meningkatkan oplah

1. Faktor *threats* (ancaman)

Sulitnya beriklan di Riautv Analisis sesuai wawancara yang telah penulis lakukan dengan tim management keuangan Pekanbaru di bulan September 2013. Mereka mengakui Sulitnya beriklan di riau televisi memang merupakan salah satu bentuk ancaman secara karena surat kabar tribun Pekanbaru terasa timpang dengan tidak melakukan promosi yang mempunyai kekuatan cukup besar tersebut. Di sisi lain target pasar tribun Pekanbaru adalah golongan menengah keatas yang di kebutuhan sehari-hari mereka melihat iklan yang terus tayang di media riau televisi. Di daeerah- daerah lain surat kabar tribun contohnya surat kabar tribun timur, tribun jojga,tribun batam, dll mendapat jatah yang seimbang dalam beriklan di media televisi di daerahnya. Hanya saja tribun Pekanbaru belun dapat merealisasikannya dalam babaerapa waktu dekat ini.mungkin suatu saat dengan kebijakan-kenijakan yang baaru dari pihak riau televisi yang juga merupakan anak perusahaan JPPN dan saudara kandung Riaupos

2. Faktor *strength* (kekuatan)

Analisis dalam poin ini adalah factor pendukung hal ini mencoba memilimalisir kekurangan dan hambatan yang di temui surat kabar tribun Pekanbaru dalam meningkatkan oplah penjualan. Tidak hanya itu dukungan dari pihak tribun Pekanbaru juga sangat berpengaruh meningkatkan efeksititas para pekarjanya dalam mengambil keputusan yang sestrategus mungkin dengan bekerja bersama-sama akan menghasilkan kinerja yang lebih maksimal pula.

i. Kemampuan SDM

Kekuatan SDM tribun terus di asah dengan serangkaian kegiatan pelatihan dan seminar-seminar dari kompas media grup agar terus menghasilkan para jurnakis-jurnalis yang berkompeten di bidangnya. Bahkan untuk menjadi wartawan di suratkabar tribun Pekanbaru di perlukan serangkaian tes mulai dari tes fisik tes jasmain dll. Hal ini sangat di pahami oleh tribun Pekanbaru gagr kemaupuan SDM para jurnalisnya lebih baik kedepannya

ii. Keindependentan Berita

Dalam halnya berita tribun Pekanbaru memang lebih terkesan “berani” ini karena moto mereka yaitu **Spirit Baru Riau**. Surat kabar tribun Pekanbaru memang menonjolkan kemasan berita yang *esay* agar lebih mudah di baca tampa menghilangkan sisi-sisi independtnya. Kekuatan

independent tribun Pekanbaru menjadi tembok kuat dari tekanan intervensi pemerintahan ataupun perusahaan-perusahaan besar.

3. Faktor *weakness* (kelemahan)

Dalam analisis kelemahan tribun Pekanbaru sisi yang menonjolkan kelemahan surat kabar tribun dalam gambaran sebenarnya karena kekuatan berita seperti sebelumnya penulis buat tadi juga merupakan boomerang kepada teribun karena pihak-pihak seperti halnya permerintah propinsi maupun pemrintah kabupaten/kota kurang memberikan kue iklan kepada teribun Pekanbaru. Sisi kelemahan ini bukan dikarenakan harga beriklan pada surat kabar Tribun Pekanbaru yang mahal.

4. Faktor *opportunity* (peluang)

I. Sedangkan sisi peluang surat kabar teribun Pekanbaru dalam meningkatkan oplah masih sangat terbuka, seperti halnya mereka dapat menarik komunitas – komunitas remaja dan satu hal yang penting etnis tionghoa untuk beriklan barang – barang yang mereka jual di media juga berita duka cita yang dalam hal ini jauh lebih murah di banding media surat kabar lainnya di tambah jangkauan surat kabar tribun Pekanbaru

cukup luas dan dapat mencapai sasaran yang di tuju. Karena mayoritas pengiklan berita duka cita adalah kaum tionghoa dan beberapa lainnya adalah kaum pejabat.

II. Harga iklan yang bersaing merupakan peluang yang di miliki surat kabar tribun Pekanbaru untuk terus meningkatkan oplah penjualan karena semakin banyaknya iklan akan semakin menambah penjualan oplah surat kabar tribun Pekanbaru untuk lenih di cari seperti contohnya pengumuman lelang barang, pengumuman hasil tes CPNS, pengumuman SMPTN, iven organaiver dll,

4. Hubungan Masyarakat

Salauh satu strategi promosi surat kabar tribun Pekanbaru adalah berhubungan langsung dengan masyarakat. Hal ini terus di jaga agar dapat memberikan kenyamanan untuk surat kabar tribun pekanbaru kedepanya dan di masa masa mendatang setelah pelulis melakukan observasi. Penulis melihat ada beberapa acara tribun pekanbaru yang memang langsung bersama masyarakat turut serta mensukseskan.

a. **Acara Khusus**

Ada beberapa acara seperti Riauexpo, HutRiau, tour de singkarak, tour de Siak, jalan santai, senam missal yang biasanya di lakukan di halaman kantor tribun Pekanbaru setiap minngu pagi. Di anggap memberikan warna sendiri kepada masyarakat luas dengan trobosan-trobosan pendekatan ini para calon maupun pelanggan lama akan kebih dekat ke tribun Pekanbaru.

b. **Rilis Berita**

Rilis berita yang dilakukan tribun pekanbaru untuk mengurangi rasa kecemasan yang sedang muncul di masyarakat “seperti halnya wartawan pemeras” hal ini akan langsung di rilis bahwa wartawan tersebut bukanlah dari tribun pekanbaru. Hal ini di sambut baik oleh masyarakat kaerna pihak tribun langsung memberikan jawaban secepat-cepatnya

c. **Konferensi Pers**

Konferensi pers bersifat lebih personal dibanding rilis berita karenatribun pekanbaru akan benar-benar menganalisa hal-hal yang di anggap perlu untuk melakukan rilis berita ini.