

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dan lukiati komala Erdinaya. 2004. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung: PT. Remadja Rosdakarya.
- Assumpta Rumati, Sr Maria.2002. Dasar-dasar Public Relations: Teori dan Praktik. Jakarta: Grasindo
- Claude, Shannon and Weaver.1949. The Mathematical Theory Of Communication. Beverly: Advert Management.
- Effendi, Onong Uchjana. 1986. Dinamika Komunikasi. Bandung: PT. Remadja Rosdakarya.
- Effendi, Onong Uchjana. 2003. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT. Remadja Rosdakarya.
- Lubis, Harri 1992. Manajemen Strategi.Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Mc. Quaril.Dennis.1987. Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Erlangga.
- Miles, BB. AM. Heberman. 1992. Analisa Data Kualitatif. Jakarta: PT. Remadja Rosdakarya
- Moleong, Lexy. J. 2003. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remadja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2000. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT. Remadja Rosdakarya.
- Nurudin. 2004. Komunikasi Massa. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Yogyakarta
- Rakhmat, Jalaluddin 1985. Psikologi Komunikasi. Bandung: PT. Remadja Rosdakarya.

Smith, Ronald D. 2002. Strategic Planning for Public Relations. London : Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

Sudarwan, Danim.2002. Menjadi Peneliti Kualitatif. Bandung: Pustaka Setia

Widjaja, A.W. 2000. Ilmu Komunikasi. Jakarta: Bina Aksara

Wiryanto. 2005. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Grasindo.

Wright.Charles R. 1975. Mass Communiation: A Sociological perspective: second edition. New York: Random House.



## LAMPIRAN

### **Lampiran 1. Pedoman Wawancara Mendalam dengan Pertanyaan Terbuka**

**Ditujukan Kepada Bapak Dani Hamdani sebagai Direktur Pemasaran PT. Era Media Informasi.**

1. Adanya isu mengenai media cetak yang akan mati, bagaimana pendapat Bapak?
2. Bagaimana menurut bapak perkembangan media cetak saat ini?
3. Saat ini beragamnya muncul media berbasis digital, Bagaimana pendapat bapak mengenai banyaknya muncul media yang berbasis digital?
4. Apakah ada kekhawatiran Majalah GATRA dengan perkembangan media digital, adakah persaingan media dan mengapa?
5. Menurut Bapak, Majalah GATRA tetap stabil dengan adanya media digital yang muncul, maksudnya stabil dalam segi pembaca atau bagaimana?
6. Menurut Bapak bagaimana seharusnya Majalah GATRA dalam menghadapi munculnya media berbasis digital ?
7. Bagaimana pihak management dalam menanggapi isu tersebut, adakah strategi yang dilakukan?
8. Terkait dengan strategi dengan bekerjasama dengan seluruh divisi, kerjasama seperti apa yang dimaksud pak?
9. Mengenai kerjasama dengan perusahaan lainnya, adakah kaitannya dengannya mempertahankan citra majalah GATRA?
10. Menurut Bapak bagaimana citra majalah GATRA terhadap publiknya?

**Pertanyaan Kepada Bapak Hendri Firzani sebagai Manager Pemasaran (Kepala dari Divisi Marketing, PR & Promosi).**

1. Mengenai perkembangan media berbasis digital, apakah memiliki pengaruh terhadap Majalah GATRA?
2. Bagaimana sekarang status kepercayaan masyarakat terhadap Majalah GATRA ditahun 2012, terkait dengan pembaca dan pemerintah dsb?
3. Bagaimana strategi Majalah GATRA untuk menghadapi persaingan media digital tersebut? Strategi internal ataupun eksternal?
4. Menurut Bapak salah satu strategi internalnya adalah dengan bekerjasama dengan bagian redaksi, kerjasama seperti apa?
5. Apakah sudah dilakukan survey terlebih dahulu terhadap perubahan tampilan majalah GATRA, apakah tidak terkesan mengikuti majalah yang lain?
6. Salah satu strategi adalah memperbaiki GATRA.com, perbaikan seperti apa?
7. Apabila GATRA.com sudah berkembang, apakah nanti Majalah akan dialihkan dengan fokus ke online?
8. Bagaimana tanggapan pembaca terhadap perbaikan GATRA.com?
9. Strategi Selanjutnya adalah dengan mengubah segmentasi majalah GATRA dengan pembaca lebih muda, bagaimana melakukannya?
10. Apakah dengan mengubah segmentasi pembaca tidak akan mengurangi ciri khas majalah GATRA?

11. Bagaimana persiapan perusahaan dalam pelaksanaan strategi, terkait dengan Budget, SDM dan jadwal kegiatannya?
12. Sejak tahun 2011 strategi ini sudah mulai di jalankan, bagaimana evaluasi yang diperoleh?



**Pertanyaan Kepada Bapak Habib Azhari sebagai Staff PR dan Promosi.**

1. Sebelum melakukan berbagai kegiatan divisi PR, langkah-langkah apakah yang biasa dilakukan?
2. Setelah saya melakukan wawancara dengan Bapak Hendri yang menyatakan kegiatan eksternal banyak dilakukan oleh Divisi PR dan Promosi, apa saja yang telah dilakukan?
3. Dalam tahun 2012 ini program apa yang sudah dilaksanakan?
4. Sebagai pelaksana dalam kegiatan PR perusahaan, menurut Bapak apakah sudah efektif?
5. Bagaimana pendapat masyarakat, pembaca atau pemerintah terhadap kegiatan yang dilakukan oleh Majalah GATRA?
6. Apakah ada tingkat penurunan minat pembaca terhadap Majalah GATRA ditahun 2012?
7. Apakah ada tingkat penurunan sirkulasi majalah GATRA di tahun 2012?
8. Setelah melakukan banyak kegiatan dan program PR, bagaimana hasil yang diperoleh?
9. Kelemahan seperti apa yang bapak temukan dalam pelaksanaan kegiatan PR tersebut?
10. Apakah dengan dilakukan strategi ini Majalah GATRA tetap mampu bertahan ditengah persaingan media digital?

## **Lampiran 2. Hasil Wawancara Mendalam dengan Pertanyaan Terbuka**

**Hasil Wawancara dengan Bapak Dani Hamdani sebagai Direktur (Marketing, PR dan Promosi dan Sirkulasi) PT. Era Media Informasi pada tanggal 05 September dan 10 Oktober 2012.**

1. Adanya isu mengenai media cetak yang akan mati, bagaimana pendapat Bapak?

Jawaban: Benar media cetak diisukan akan tenggelam, seperti yang telah dialami oleh media cetak di Amerika dan Eropa yang telah tutup, disebabkan dengan berkembang dan beralihnya media massa menjadi berbasis digital.

2. Bagaimana menurut bapak perkembangan media cetak saat ini?

Jawaban: Untuk di Asia Tenggara khususnya Indonesia media cetak akan masih berkembang dan bertahan hingga 5- 7 tahun yang akan datang. Hal ini karena budaya masyarakat di Indonesia masih suka membaca dalam bentuk cetak, Koran, Majalah, Tabloid masih tetap di sukai masyarakat.

3. Saat ini beragamnya muncul media berbasis digital, Bagaimana pendapat bapak mengenai banyaknya muncul media yang berbasis digital?

Jawaban: Perkembangan media digital akan sangat meramaikan media massa, dan kemungkinan akan adanya peralihan ke jurnalistik digital. Tetapi dikhawatirkan akan muncul beberapa media yang tidak mengikuti standar kode etik dan kemampuan jurnalistik sehingga berita,

informasi dan hiburan yang dikonsumsi masyarakat dapat semakin bebas, tidak terkontrol dan tidak berkualitas.

4. Apakah ada kekhawatiran Majalah Gatra dengan perkembangan media digital, adakah persaingan media dan mengapa?

Jawaban: Pastinya GATRA memiliki pengaruh terhadap perkembangan media digital umumnya bagi kalangan pembaca usia 20 s/d 30 tahun yang lebih banyak beralih menggunakan media digital. Untuk persaingan dengan media digital GATRA belum berdampak signifikan dalam beberapa tahun ini, tetapi kemungkinan dalam 3-5 tahun kedepan akan terjadi bila sejak dini GATRA tidak mengantisipasinya.

5. Menurut Bapak, Majalah GATRA tetap stabil dengan adanya media digital yang muncul, maksudnya stabil dalam segi pembaca atau bagaimana?

Jawaban: Berdasarkan data sirkulasi mengenai penjualan Majalah GATRA selama 2 tahun terakhir 2011 s/d 2012 masih tetap stabil dan belum berdampak terhadap pembaca GATRA, yang lebih berdampak adalah dengan jumlah iklan berkurang ke media cetak dan beralih ke media digital.

6. Menurut Bapak bagaimana seharusnya Majalah GATRA dalam menghadapi munculnya media berbasis digital ?

Jawaban : Seharusnya Majalah GATRA tetap berbenah diri dalam segi internal, dan mengetahui pihak eksternal seperti tanggapan pembaca

perkembangan pasar, melakukan survey kepada pembaca, dan tetap menjaga kualitas berita sehingga tetap menjadi pilihan pembaca.

7. Bagaimana pihak management dalam menanggapi isu tersebut, adakah strategi yang dilakukan?

Jawaban : Untuk menanggapi hal tersebut, Majalah GATRA telah menjalankan strategi PR dalam 2 tahun terakhir. Strategi internal yang dilakukan seperti bekerjasama dengan seluruh divisi Perusahaan agar bersama – sama dapat menjaga eksistensi Majalah GATRA terhadap publik.

8. Terkait dengan strategi dengan bekerjasama dengan seluruh divisi, kerjasama seperti apa yang dimaksud pak?

Jawaban : Kerjasama yang dimaksud adalah bersama mengembangkan kualitas berita dengan SDM yang berpotensi para reporter, bersikap jujur, adil, berimbang. Saling bekerjasama antara pihak Redaksi, marketing, promosi, Sirkulasi, Keuangan, HRD, Keuangan dsb.

9. Mengenai kerjasama dengan perusahaan lainnya, adakah kaitannya dengannya mempertahankan citra majalah GATRA?

Jawaban : Perusahaan menjalin kerjasama dengan banyak pihak, seperti pemerintah, perusahaan BUMN dan Swasta, lembaga masyarakat dsb. Hal itu dilakukan adalah untuk kepentingan dan kebutuhan perusahaan termasuk dalam menjaga eksistensinya terhadap publik.

10. Menurut Bapak bagaimana citra majalah GATRA terhadap publiknya?

Jawaban : Selama ini Majalah GATRA memiliki reputasi yang baik sebagai media Majalah Berita Nasional, tidak memiliki pelanggaran apapun dan selalu dipercaya menyajikan berita yang berkualitas dan terpercaya.

**Hasil Wawancara dengan Bapak Hendri Firzani sebagai Manager Pemasaran (Kepala dari Divisi Marketing, PR & Promosi pada tanggal 06 September dan 11 Oktober 2012.**

1. Mengenai perkembangan media berbasis digital, apakah memiliki pengaruh terhadap Majalah GATRA?

Jawaban: Adanya media berbasis digital tidak terlalu berpengaruh terhadap Majalah GATRA, karena hingga saat ini penjualan Majalah tetap stabil berdasarkan data dari bagian sirkulasi, pembaca GATRA masih ada namun dalam segi iklan saja yang sudah mulai berkurang.

2. Bagaimana sekarang status kepercayaan masyarakat terhadap Majalah GATRA ditahun 2012, terkait dengan pembaca dan pemerintah dsb?

Jawaban: Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Lembaga Nielsen dan GATRA terhadap pelanggannya tahun 2012, majalah GATRA masih memiliki kepercayaan yang baik bisa dilihat dari Media Kit GATRA 2013 yang akan kita terbitkan di akhir tahun ini.

3. Bagaimana strategi Majalah GATRA untuk menghadapi persaingan media digital tersebut? Strategi internal ataupun eksternal?

Jawaban : Perusahaan telah melakukan cara yang terbaik berdasarkan kebijakan yang dikeluarkan, strategi ini telah dilakukan sejak tahun 2011 ini yang dilakukan sepenuhnya oleh divisi PR dan Promosi yang dibantu oleh

bagian Marketing, Redaksi dan divisi lain turut membantu untuk mensukseskan program ini.

4. Menurut Bapak salah satu strategi internalnya adalah dengan bekerjasama dengan bagian redaksi, kerjasama seperti apa?

Jawaban : Redaksi dan Bagian PR dan Promosi akan melakukan perubahan dalam segi tampilan majalah menjadi lebih hidup, pemangkasan rubrik yang dianggap tidak penting dan menambah rubrik yang lebih menarik. Perubahan perdana tampilan Majalah telah dilakukan di edisi Kemerdeaan (16 Agustus 2013), akan terlihat beberapa perbedaan dari sebelumnya. Selain itu redaksi tetap menjaga kualitas berita yang baik untuk kebutuhan pembaca. Cara selanjutnya adalah dengan memperbaiki GATRA.Com, perubahan segmentasi pembaca hingga ikut aktif dalam kegiatan eksternal perusahaan.

5. Apakah sudah dilakukan survey terlebih dahulu terhadap perubahan tampilan majalah GATRA, apakah tidak terkesan mengikuti majalah yang lain?

Jawaban : Perubahan tampilan ini berdasarkan atas saran dan kritikan dari pembaca yang diterima oleh redaksi, perubahan yang dilakukan ini bertujuan agar majalah GATRA tidak terkesan monoton, saat ini berita foto lebih ditonjolkan dan memperbanyak tampilan gambar yang baik sebagai penghangat berita.

6. Salah satu strategi adalah memperbaiki GATRA.com, perbaikan seperti apa?

Jawaban: Perbaikan tampilan GATRA.Com menjadi lebih menarik, memperbaharui nilai berita yang semakin update, dan perbaikan system digitalisasi dengan membentuk tim GATRA.com.

7. Apabila GATRA.com sudah selesai dikembangkan, apakah nanti Majalah akan dialihkan dan fokus ke online?

Jawaban : Target perusahaan adalah tetap berjalan seperti saat ini, saling bekerjasama antara Majalah GATRA dan GATRA.Com, kita tunggu saja kapan saatnya perusahaan akan beralih ke media digital.

8. Bagaimana tanggapan pembaca terhadap perbaikan GATRA.com?

Jawaban : Pembaca merespon sangat baik, umumnya pemerintahan yang saat ini telah bekerjasama dengan website beberapa lembaga pemerintahan.

9. Selanjutnya adalah dengan mengubah segmentasi majalah GATRA dengan pembaca lebih muda, bagaimana melakukannya?

Jawaban : Perubahan segmentasi pembaca kearah yang lebih muda dengan bertujuan bahwa Perusahaan ingin mempertahankan budaya baca generasi muda terhadap informasi yang bersifat sosial, budaya, politik dsb. Sehingga tetap memahami perkembangan dalam segi ekonomi, budaya, politik di Tanah Air. Cara yang dilakukan dengan target pengenalan GATRA kepada mahasiswa di kampus dengan melakukan pendekatan kegiatan roadshow GATRA, seminar, perlombaan jurnalistik yang telah dilakukan sejak tahun 2011.

10. Apakah dengan mengubah segmentasi pembaca tidak akan mengurangi ciri khas majalah GATRA?

Jawaban : Tentu tidak, perubahan segemen yang dilakukan adalah hanya untuk pengenalan lebih dekat majalah GATRA kepada mahasiswa sebagai target pembaca dimasa depan bukan merubah isi majalah.

11. Bagaimana persiapan perusahaan dalam pelaksanaan strategi, terkait dengan Budget, SDM dan jadwal kegiatannya?

Jawaban : Persiapan dilakukan biasanya dengan beberapa tahap, hasil kebijakan diperoleh dari Rapat majemen, Rapat divisi, dan Rapat Besar keseluruhan terkait laporan hasil kerja pertahunnya, kendala dan kiritikan akan disampaikan hingga di lakukan suatu penyelesaian permasalahan. Bila suatu kebijakan telah dilakukan maka seluruh divisi bertanggungjawab dalam pelaksanaannya termasuk dalam hal anggaran dan waktu pelaksanaannya.

12. Sejak tahun 2011 strategi ini sudah mulai di jalankan, bagaimana evaluasi yang diperoleh?

Jawaban : Sudah 2 tahun program ini dilakukan dengan harapan semuanya berjalan dan hasil yang baik. Beberapa program telah diperoleh hasilnya secara baik seperti kerjasama dengan pihak lain tetap terjalin, masih tetap dipercaya untuk beriklan oleh pihak perusahaan commersil, dan strategi perusahaan ini akan terus dilakukan dengan harapan membawa dampak yang besar terhadap Citra perusahaan yang semakin baik, loyalitas pembaca, dan kemajuan Majalah GATRA dalam persaingan dengan media digital.

**Hasil Wawancara dengan Bapak Habib Azhari sebagai Staff PR dan Promosi pada tanggal 06 September, 11 Oktober serta 21 Desember 2012.**

1. Sebelum melakukan berbagai kegiatan divisi PR, langkah-langkah apakah yang biasa dilakukan?

Jawaban : Strategi yang akan dilaksanakan oleh divisi ini berdasarkan hasil rapat yang dilakukan oleh manajemen, terkait dengan perencanaannya, identifikasi yang dilakukan hingga implementasi hasil kebijakan yang sepenuhnya dilakukan oleh Divisi PR dan Promosi.

2. Setelah saya melakukan wawancara dengan Bapak Hendri yang menyatakan kegiatan eksternal banyak dilakukan oleh Divisi PR dan Promosi, apa saja yang telah dilakukan?

Jawaban: Untuk kegiatan eksternal perusahaan tahun ini telah dilakukan sejak February 2012 lalu, diantaranya adalah sebagai media patner berbagai kegiatan, branding nama GATRA di berbagai media (Radio, Koran, Film), kegiatan Seminar, kegiatan ini adalah rutinistas yang terus dilakukan. Untuk lebih lengkap akan saya berikan data-data yang akurat.

3. Dalam tahun 2012 ini program apa yang di unggulkan ?

Jawaban: Mengenai program yang diunggulkan adalah dengan semakin banyaknya kota-kota yang dikunjungi untuk GATRA Road to Campus, GATRA Futsal Championsip, GATRA peduli Lingkungan 2012 yang diharapkan semakin mengenal dan percaya akan GATRA.

4. Sebagai pelaksana dalam kegiatan PR perusahaan, menurut Bapak apakah sudah efektif?

Jawaban : Efektifnya program yang dilakukan dapat di lihat berdasarkan dampak yang telah diperoleh, sejauh ini Majalah GATRA masih tetap dipercaya oleh masyarakat merupakan suatu dampak nyata yang efektif dalam setiap program.

5. Bagaimana pendapat masyarakat, pembaca, pemerintah dsb terhadap kegiatan yang dilakukan oleh Majalah GATRA?

Jawaban: Mereka sangat antusias dalam mengikuti berbagai kegiatan yang dilakukan, mendapat pujian dari berbagai pihak dan banyak perusahaan ikut menjadi sponsorship kegiatan.

6. Apakah ada tingkat penurunan jumlah pembaca terhadap Majalah GATRA ditahun 2012?

Jawaban : Untuk jumlah pembaca Majalah tidak terjadi penurunan, berdasarkan kestabilan jumlah penjualan majalah dan diharapkan semakin bertambah.

7. Apakah ada tingkat penurunan sirkulasi majalah GATRA di tahun 2012?

Jawaban : Berdasarkan data dari divisi sirkulasi, untuk tingkat penjualan semakin naik, pembaca yang berlangganan bertambah, agent distribusi majalah juga semakin bertambah, hal ini terjadi dikarenakan pembaca GATRA tidak menurun dan bahkan bertambah.

8. Setelah melakukan banyak kegiatan dan program PR, bagaimana hasil yang diperoleh?

Jawaban: Hasil yang diperoleh sangat menggembirakan, branding GATRA tetap diingat oleh mahasiswa, tingkat distribusi majalah semakin bertambah, dan harapannya tetap semakin maju mampu bertahan dalam persaingan dengan media massa khususnya dalam perkembangan media digital.

11. Kelemahan seperti apa yang bapak temukan dalam pelaksanaan kegiatan PR tersebut?

Jawaban : Kelemahan yang dialami seperti batasan budget dalam pelaksanaan kegiatan dan jumlah SDM yang kurang di divisi ini. Sehingga terkadang dalam pelaksanaan strategi sangat bergantung terhadap divisi lain.

12. Apakah dengan dilakukan strategi ini Majalah GATRA tetap mampu bertahan ditengah persaingan media digital?

Jawaban : Saya sangat optimis Majalah GATRA akan tetap maju dan mampu bertahan dalam persaingan media massa saat ini. Dengan perubahan dan pelaksanaan strategi yang semakin baik, kerjasama dari semua pihak akan menjadikan Majalah GATRA tetap hidup dan berkembang sebagai media nasional.

### Lampiran 3. Dokumen GATRA

#### a. Bentuk Lembaran Survei yang dilakukan oleh pihak GATRA

Salam,

Sudah 17 tahun majalah GATRA menemani anda, kebutuhan masyarakat atas informasi terus berubah sesuai dengan perubahan waktu. Untuk memuaskan para pembaca, majalah GATRA terus berinovasi dan memperbaiki diri untuk meningkatkan kualitas dan kebutuhan para pembaca. Guna terus peningkatan kualitas dan kebutuhan majalah GATRA. Untuk itu kami menyebar angket guna mendapatkan masukan dan evaluasi dari pembaca GATRA. Masukan yang anda berikan sangat berharga bagi kami, maka diharapkan partisipasinya dari anda. Sebagai bentuk terima kasih atas partisipasinya, kami memberikan tanda terima kasih berupa :

Pimpinan Redaksi

#### **MBM GATRA**

- Hadiah beruntung 5 PAKET BERLANGGANAN Majalah **GATRA** + Hadiah berlangganan
- 500 pengirim pertama mendapatkan Mercendise.

#### **Petunjuk :**

Berilah tanda cek list (√) pada jawaban yang anda anggap paling tepat. Apabila anda memiliki jawaban lainnya.....maka anda dapat menulis sesuai dengan jawaban anda pada titik-titik tersebut. Demikian jika jawaban anda tidak ada dalam pilihan, maka anda diharapkan untuk menulis jawaban tersebut secara ringkas mungkin pada titik-titik tersebut. Setelah mengisi angket ini, lipatlah angket ini sesuai dengan petunjuk yang diberikan dan kirimkan kepada kami tanpa menggunakan prangko. Angket selambat-lambatnya kami terima pada tanggal 24 Desember 2012 pembaca yang beruntung akan kami umumkan di majalah GATRA tanggal 7 Januari 2013.

#### **ANDA & GATRA**

- Sudah berapa lama anda membaca **GATRA** :.....Bulan.....Tahun
- Bagaimana cara anda memperoleh Majalah **GATRA** :
  - membeli ceran secara rutin (tiap edisi)
  - membeli eceran tidak rutin
  - Berlangganan
  - Secara Gratis

•UNTUK PEMBELI ECERAN :

a. Dimana anda biasanya membeli Majalah **GATRA** :

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Toko buku           | <input type="checkbox"/> Lapak Majalah |
| <input type="checkbox"/> Supermarket/ Mall   | Lainnya.....                           |
| <input type="checkbox"/> Kios Majalah/ koran |  |

b. Harga eceran yang paling sering anda bayar setiap membeli Majalah **GATRA** adalah : Rp...../Exemplar

•UNTUK PEMBELI YANG BERLANGGANAN :

a. Dimana anda biasanya berlangganan Majalah **GATRA** :

- berlangganan langsung ke GATRA  
 berlangganan lewat Agen Majalah  
 berlangganan lewat kantor

b. Harga yang anda bayar untuk berlangganan Majalah **GATRA** adalah : Rp...../perlangganan

c. Apa yang menjadi harapan anda yang belum terpenuhi untuk tetap berlangganan majalah GATRA

.....  
 .....  
 .....

•Alasan anda membeli majalah **GATRA**

.....  
 .....

•Menurut anda :

a. Apa kelebihan Majalah GATRA dibanding dengan Majalah lain yang sejenis.....

b. Apa kekurangan Majalah GATRA dibanding dengan Majalah lain yang sejenis.....

• Menurut anda, bagaimana penampilan cover dan isi dan material kertas Majalah GATRA :

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Lebih menarik | <input type="checkbox"/> Kurang menarik |
| <input type="checkbox"/> Cukup Menarik | <input type="checkbox"/> Tidak menarik  |

• Bila kurang menarik, apa yang anda tidak suka dari tampilan & sajian GATRA :

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Tampilan cover : | <input type="checkbox"/> Lay out & Design : |
|---|---|

.....

- |  |                                    |
|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Sajian berita : | <input type="checkbox"/> Lainnya : |
|--|------------------------------------|

.....

- Apakah anda sering mengakses internet :
  - Ya  Tidak
- Seberapa sering anda mengakses internet :
  - Setiap hari  Dua minggu sekali
  - Seminggu Sekali  Sebulan Sekali
- Situs apa yang sering anda kunjungi dalam 3 bulan terakhir ini :  
.....
- Pernahkah anda mengakses website [www.Gatra.com](http://www.Gatra.com) :
  - Ya  Tidak, Jika tidak mengapa.....
- Selain Majalah **GATRA**, majalah atau koran apa yang sering anda baca, dan bagaimana mendapatkannya :  
.....  
.....

#### **TOPIK & RUBRIK GATRA :**

- Apakah anda membaca seluruh artikel dalam majalah **GATRA** :
  - Ya  Tidak
- a. Seberapa seringkah anda membaca rubrik-rubrik di majalah **GATRA** :  
b. Seberapa puas anda terhadap rubrik-rubrik di majalah **GATRA** :  
c. Bagaimana dengan porsi jumlah halaman rubrik-rubrik di majalah **GATRA** :  
:
- Topik menarik lain yang ingin anda baca di majalah **GATRA** :
 

<input type="checkbox"/> Agama	<input type="checkbox"/> Hiburan
<input type="checkbox"/> Lingkungan	<input type="checkbox"/> Musik
<input type="checkbox"/> Pendidikan	<input type="checkbox"/> Media
<input type="checkbox"/> Pasar Modal	<input type="checkbox"/> Dunia Dalam Angka
<input type="checkbox"/> Keuangan	<input type="checkbox"/> Ikon
<input type="checkbox"/> Seni/ Sastra	<input type="checkbox"/> Fotografi
<input type="checkbox"/> Resensi buku/ Film	
<input type="checkbox"/> Lain.....	

#### **GATRA MEDIA GROUP :**

- Apakah anda mengetahui bahwa **GATRA MEDIA GROUP** menerbitkan majalah **CARS PLUS** :
  - Ya  Tidak
- Pernahkah anda membaca majalah **CARS** :
  - Ya  Tidak

- Bagaimana cara anda memperoleh majalah tersebut :
  - membeli eceran di.....
  - Berlangganan di.....
  - Secara Gratis

**GAYA HIDUP :**

- Apakah anda pernah menggunakan jasa berikut? Bila ya, tuliskan nama/ perusahaan yang pernah anda gunakan?

Jenis Jasa	Nama Perusahaan yang digunakan
ATM/ Perbankan	
Asuransi	
Kartu kredit	
KPR	
Jasa penerbangan	
Supermarket / Departement Store	
Mal/ Plasa	
Restoran/ Fast food	
Hotel	
Rumah sakit	

- Dari beberapa produk dibawah ini, manakah yang anda sering gunakan/ konsumsi :

Produk	Merek Produk
Jamu	
Suplemen/ Vitamin	
Parfum	
Rokok	
Arloji	
Minuman botol/ kotak	
Minuman berakohol	
Kopi/ The	
Sabun mandi	
Sampo	
Makanan ringan	

- Dari beberapa produk elektronik ini, manakah yang anda miliki :

Produk	Merek Produk
Televisi	
AC	
VCD/ DVD player	
Destop PC/ Laptop/ Notebook	
Printer/ Scanner	
Ponsel	
Simcard/ Uimcard ponsel	
Kamera digital/ Handycam	
Internet provider di rumah	
TV berbayar	
Lainnya.....	

- Dari beberapa produk kendaraan ini, mana yang anda miliki :

Produk	Merek produk
Sepeda motor	
Mobil	

**TENTANG ANDA :**

- Jenis kelamin
  - Laki
  - Perempuan
- Usia anda saat ini : .....tahun
- Status perkawinan :
  - Lajang
  - Menikah
  - Pernah menikah
- Pendidikan terakhir anda :
  - SMU
  - Akedemi/ Diploma
  - S1
  - S2
  - S3
- Pekerjaan anda bergerak dibidang dan jabatan anda : .....
- Pengeluaran rutin anda selama sebulan :
  - < Rp. 1.500.000,-
  - Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000
  - Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000
  - Rp. 3.5000 – Rp. 4.500.000
  - > Rp. 4.500.000
- Status tempat tinggal :
  - Milik sendiri
  - Sewa/ kontrak
  - Lainnya.....
  - Ikut orang tua

•Apabila majalah GATRA mengadakan survey kembali apakah anda bersedia kami hubungi :

Ya

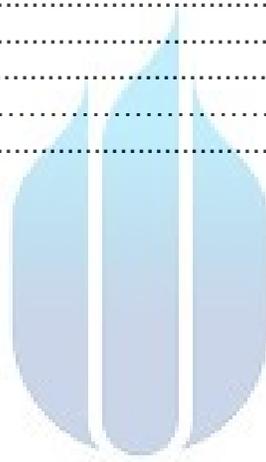
Tidak

Komentar anda :

.....  
.....

Untuk mempermudah komunikasi dan pelayanan majalah GATRA dengan anda selaku pembaca, serta untuk mempermudah pengiriman hadiah (jika anda beruntung) silakan isi data dibawah ini :

Nama : .....  
Kota : .....  
Kodepos : .....  
No. Telp/ Hp : .....  
No. KTP : .....



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## b. Bentuk Dokumen Kegiatan PR GATRA



**PRWORLD  
BREAKFAST FORUM**

# What CEO wants from PR ?

**Jumat, 30 November 2012**

**08.30 - 10.30**

**Mercantile Athletic Club  
WTC lantai 18, Jl. Jend. Sudirman**

- Apa yang CEO anggap nilai penting dari PR?
- Apakah peran strategi PR sudah sesuai dengan peran strategi yang Management inginkan?
- Apa strategi PR agar bisa meraih posisi strategis dalam koalisi dominan organisasi?
- Apa Ekspektasi CEO terhadap divisi PRnya?



**Tony Wanas**  
Executive GM Intrapid



**Emirsyah Sater**  
CEO Garuda Indonesia



**Djonnie Rahmat**  
CEO Mabua  
Harley Davidson



**Sandiaga Uno**  
CEO Saratoga Capital

\*) waiting confirmation

Media Partners

Partner

Sponsors









INVESTASI: IDR 450.000,-  
 \*\*Early bird (hingga 24 Nov 2012) & anggota Perhimpun: IDR 300.000,-  
 Contact: Nharita (+6221 9944 1311) atau Tari (+6221 2899 4633) | Email: [business@thepworld.com](mailto:business@thepworld.com)  
[www.thepworld.com](http://www.thepworld.com)

2012  
GATRA



**T**aman kota merupakan salah satu fasilitas umum yang cukup penting, terutama bagi warga DKI Jakarta. Ruang terbuka hijau (RTH) kini menjadi kebutuhan bagi warga Jakarta yang setiap hari terpaksa mengonsumsi polusi udara. Menyadari hal itu, PT Era Media Informasi, penerbit Majalah GATRA, mengadakan acara penanaman pohon di Taman Yos Sudarso, Tanjung Priok, Jakarta Utara, Sabtu 8 Desember 2012 lalu. Penanaman Pohon tersebut merupakan salah satu rangkaian hari ulang tahun (HUT) ke-18 Majalah GATRA. Penyelenggaraan penanaman pohon ini untuk mendukung gerakan penghijauan di area perkotaan Ruang Terbuka Hijau (RTH) di Kota Jakarta dengan menanam pohon trembesi.

Hadir dalam acara tersebut, antara lain Menteri Kehutanan Zulkilfi Hasan, Gubernur DKI Jakarta Joko Widodo, serta Pemimpin Redaksi Majalah GATRA, Boediono Kartohadiprodo. Selain di taman Yos Sudarso, menurut Boediono, GATRA juga melakukan penanaman pohon di tiga lokasi taman kota di DKI Jakarta. Berbagai jenis tanaman seperti Matoa, Spatodea, Mahoni, Trembesi, Cemara Laut, Flamboyan, Yang Liu, dan Syzigium. "Sebanyak 1.800 pohon ditanam sebagai rangkaian acara "GATRA

## GATRA PEDULI MASYARAKAT DAN LINGKUNGAN 2012 Hijaukan Taman Kota Jakarta

Pedulih Masyarakat dan Lingkungan 2012", kata Boediono.

Rangkaian acara penanaman pohon sudah dimulai pada Rabu, 5 Desember 2012 lalu di pinggir Jalan Banjir Kanal Timur (BKT), Taman Matoa, dan Taman Spatodea di Jakarta Selatan. Pemilihan lokasi tersebut dikarenakan tiga taman kota yang berada di DKI Jakarta itu tampak kosong tanpa pohon perindang. "Hari ini (Sabtu 8 Desember, -Red), jika kita melihat lokasi-lokasi tersebut, pasti akan tampak berbeda," ucap Boediono.

Seribu lebih pohon dari berbagai jenis tanaman sudah tertanam di tempat tersebut di atas.

Sebelumnya, pada rangkaian acara HUT ke-18 GATRA, yang juga didukung oleh berbagai sponsor, ini telah menyumbangi enam panti asuhan untuk memberikan bantuan, melakukan



kegiatan donor darah, mengadakan talkshow "Driving Manners". "Kami juga melibatkan 14 komunitas otomotif di Jabodetabek dan telah mengadakan pelatihan wirasaha bersertifikat untuk para pemda di lingkungan perusahaan," tutur Ketua Panitia HUT ke-18 Majalah GATRA, G.A. Guritno.





**GATRA**  
**FUTSAL**  
*Championship 2012*  
23, 24 & 30 JUNI

**FUTSAL EXHIBITION\* :**  
**KEMENPORA - KEMEN BUMN**  
**- PERTAMINA - JASA MARGA**  
**- BANK MANDIRI - BANK BRI**

**FUTSAL COMPETITION :**  
32 TIM PRIA & 8 TIM WANITA  
KEMENTERIAN, BANK, PERUSAHAAN BUMN,  
PERUSAHAAN SWASTA, DAN MEDIA

TANGGAL : 23, 24 & 30 JUNI 2012  
PUKUL : 08.00 S/D 15.00 WIB  
BERTEMPAT : LAP. HANGGAR FUTSAL  
JL. GATOT SUBROTO, JAKARTA

**SPONSORS:**  
ORIENT, BNI, BANK BRI, Bank BTN, mandiri, bii, JASAMARGA, ZEROWATT, Rumah Sakit, ASRI, GATRA, GATRA.com

GET HEALTHY BE A WINNER

INVITATION ONLY

futsal.indo 1 05/12 9:38:56 AM



## **PERENCANAAN PROGRAM KEGIATAN GATRA MEDIA GROUP 2013**

### **Worskhop Pelatihan Jurnalistik 2013**

- Kegiatan ini melibatkan Pers Mahasiswa/Kampus
- Mahasiswa Program Jurnalistik dan Mahasiswa yang menyukai dunia jurnalistik
- Target Peserta: 1000 peserta
- Tempat : Jakarta, Bandung, Medan, Surabaya dan Yogjakarta
- Pelaksanaan : Maret – Juni 2013

### **Lomba Display Majalah GATRA & CARS Plus**

- Kegiatan lomba bekerjasama dengan took buku
- Periplus dengan penilaian pendisplayan Majalah GATRA dan CARS Plus semenarik mungkin sehingga mendapatkan perhatian dari konsumen
- Tempat: Seluruh toko buku Periplus di Indonesia
- Pelaksanaan : April 2013

### **Lomba Pers Kampus 2013**

- Lomba ini melibatkan Media Pers Mahasiswa atau Pers Kampus dari seluruh Indonesia
- Penilaian lomba meliputi penulisan Artikel, Layout Media, dan Fotografi Media
- Target Peserta : 300 Media Pers Kampus
- Pelaksanaan : Juli – Oktober 2013

**GATRA Awards 2013**

- Awarding untuk seseorang lembaga dan perusahaan, provinsi, daerah yang dinilai memberikan kontribusi dan pengaruh yang kuat ditahun 2013
- Pelaksanaan : November 2013

**GATRA Peduli 2013**

- Kegiatan Penanaman pohon, santunan panti asuhan dan pelatihan kewirausahaan yang dilakukan di wilayah Jabodetabek
- Pelaksanaan : Oktober – Desember 2013

**Quis Interaktif GATRA News**

- Quis yang diadakan untuk menjalin hubungan dengan para pembaca berita online [www.gatra.com](http://www.gatra.com) dengan pertanyaan seputar berita di website.
- Pelaksanaan : April – Desember 2013

**Talkshow CARS PLUS**

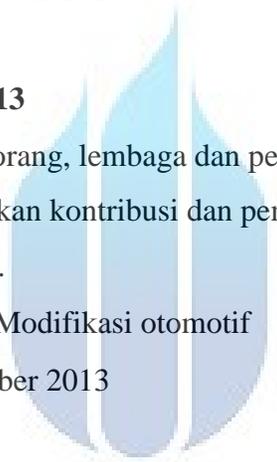
- Kegiatan bulanan Gathering Komunitas dan Club Otomotif se JABODETABEK dengan membahas berbagai isu yang berkembang dan safety driving.
- Peserta : Kementerian, Anggota FK3O (Forum Komunikasi Komunitas dan Club Otomotif ), Agen Pemegang Merk Otomotif, Stakeholder Otomotif.
- Tempat : Café dan Lounge
- Pelaksanaan : Januari – Desember 2013

**CARS Executive Forum 2013**

- Kegiatan 6 bulanan forum executive yang membicarakan tentang isu yang berkembang dan kebijakan – kebijakan pemerintah dan daerah mengenai dunia otomotif.
- Peserta : Kementerian, Pemerintah daerah, Pejabat, GAIKINDO, Redaktur Majalah dan Tabloid, Forum Wartawan Otomotif dan FK3O.
- Tempat : Ballroom dan ruang Lounge Hotel disepusat Jakarta
- Pelaksanaan : Januari-Juli 2013

**CARS PLUS AWARDS 2013**

- Awarding untuk seseorang, lembaga dan perusahaan, provinsi, daerah, APM, yang dinilai memberikan kontribusi dan pengaruh yang kuat ditahun 2013 dalam dunia otomotif.
- Pameran dan Lomba Modifikasi otomotif
- Pelaksanaan : November 2013



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

#### Lampiran 4. Cover Majalah yang Menjadi Unggulan

