

ABSTRACT

The development of mass media company in Indonesia is increasing rapidly either local or national. Mass media company`s orientation is not only to give the information and news. The orientation develops to get the capital accumulation. P.T Aksara Dinamika Jogja or Harian Jogja is the one of mass media companies which is competing fiercely in mass media industry. It located in AM Sangaji street No. 41 Jetis, Yogyakarta. There are several employee participate in process to earn the income of company. It is marketing division.

The methods that the writer uses defined into two types. There are field observation and library study. The method utilized is field observation during internship program in marketing division of Harian Jogja. In the field observation, the writer have learned the real work and got the information directly that has been the data to do the research all at once. Library study is utilized by looking for a book to be used as reference data research. In addition, some sources used as complementary data from the internet.

The results of this research reveal that marketing division consists of organizational structure, working procedure, and job description. The second topic is analyze the market industry condition of Harian Jogja based on Five Porter`s analysis which can be used as basic considerations to create a marketing strategy. The last topic is marketing process and obstacle in marketing division of Harian Jogja.

Keywords: Mass media, Harian Jogja, Marketing, Topic.

INTISARI

Perkembangan perusahaan media massa cetak di Indonesia telah berkembang pesat baik lokal maupun nasional. Orientasi perusahaan media massa tidak lagi sekedar memberikan informasi dan berita, namun lebih kepada akumulasi modal. Salah satu perusahaan media massa cetak lokal yang masih bersaing ketat di industri media massa adalah P.T Aksara Dinamika Jogja atau Harian Jogja yang terletak di Jalan AM Sangaji No.41 Jetis Yogyakarta. Ada banyak karyawan yang terlibat dalam proses menambah pendapatan perusahaan salah satunya divisi marketing.

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis yaitu observasi lapangan dan studi pustaka. Observasi lapangan yang dilakukan adalah dengan program magang di Harian Jogja di divisi marketing. Dalam observasi lapangan, penulis bisa merasakan pengalaman kerja sekaligus mendapatkan informasi langsung yang dijadikan data untuk kelanjutan penelitian. Studi pustaka dilakukan dengan mencari buku untuk dijadikan referensi data penelitian. Selain itu, beberapa sumber yang dijadikan sebagai pelengkap data berasal dari internet.

Dari hasil observasi dan studi pustaka penulis membahas beberapa topic. Topic pertama adalah tentang divisi marketing yang meliputi struktur organisasi, prosedur, dan deskripsi pekerjaan. Topik kedua adalah menganalisis kondisi industri pasar Harian Jogja dengan Five – Porter analysis yang bisa dijadikan pertimbangan dasar untuk membuat strategi marketing. Topik terakhir adalah proses marketing dan permasalahan yang ada di divisi marketing Harian Jogja.

Kata kunci: Media massa, Harian Jogja, Marketing, Topik.