

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Surat Kabar Masa Kini

Surat kabar di Indonesia sudah melewati berbagai fase. Mulai dari zaman penjajahan Belanda, hingga pasca reformasi. Surat kabar di Indonesia juga sempat mengalami jatuh bangun pada saat masa Orde Lama dan Orde Baru. Dimana saat itu banyak surat kabar yang dilarang terbit seperti Kompas, Harian Indonesia Raya, dan Majalah Tempo. Hal ini dikarenakan surat kabar tersebut terlalu menyoroti pemerintah yang sedang berkuasa sehingga pemerintahan pada saat itu melakukan kontrol ketat terhadap pers melalui Departemen Penerangan. Pasca Orde Baru tepatnya satu tahun pasca reformasi surat kabar di Indonesia mengalami lonjakan yang luar biasa. Jumlah media cetak pada saat itu tercatat 1.389 surat kabar, angka ini enam kali lebih banyak dibanding Orde Baru yang hanya berjumlah 289.

Seiring berkembangnya teknologi saat ini surat kabar di seluruh dunia sedang mengalami kemunduran akibat persaingan dengan internet. Hal ini terbukti dengan mulai banyaknya surat kabar yang *collapse* ditambah dengan mudahnya masyarakat mendapatkan akses internet. Hal ini juga terjadi pada surat kabar di Indonesia. Surat kabar seperti Sinar Harapan yang sudah terbit selama 55 tahun pun tidak bisa bertahan ditengah gempuran media Internet. Selain itu surat kabar lain seperti The Jakarta Globe, Koran Tempo Minggu, dan Harian Bola juga menyatakan *collapse* dalam waktu yang hampir

berdekatan. Surat kabar tidak akan bisa mengalahkan internet dalam hal kecepatan, dikarenakan surat kabar memiliki jeda cetak yang cukup lama. Akan tetapi surat kabar saat ini mencoba memberikan perlawanan atau setidaknya bertahan ditengah gempuran internet dengan berbagai strategi yang sudah dirumuskan, salah satu surat kabar yang melakukan cara tersebut adalah Harian Jogja.

B. Harian Jogja

Harian Jogja terbit perdana pada tanggal 20 Mei 2008, bertepatan dengan hari Kebangkitan Nasional. Harian Jogja tergabung dalam Bisnis Indonesia Group bersama dengan surat kabar Bisnis Indonesia dan Solopos.

Harian Jogja dikemas sesuai dengan karakter masyarakat Jogja. Gaya penulisan, penggunaan tata warna begitu dominan dengan aspek local budaya Jogja. Wilayah edar surat kabar Harian Jogja meliputi daerah Yogyakarta (Kota Jogja, Sleman, Bantul, Kulonprogo, Gunung Kidul).

Harga surat kabar Harian Jogja adalah Rp.3000 /eksemplar dan Rp. 55.000 unntuk mereka yang berlangganan setiap bulannya.

Harian Jogja memiliki tipe pembaca, yaitu:

1. Pembaca berusia produktif.
2. Pembaca cenderung kritis terhadap terhadap sajian berita. Mereka antusias mengomentari permasalahan publik melalui SMS yang dikirim ke redaksi.

3. Pembaca mempersepsikan Harian Jogja sebagai koran baru yang bisa menangkap makna kekhasan Jogja.

Ciri – ciri surat kabar Harian Jogja:

1. Koran komunitas untuk pembaca di provinsi Yogyakarta.
2. Komposisi isi berita: nasional 45% dan local 55%.
3. Terbit tujuh kali dalam seminggu.
4. Jumlah rata – rata 24 halaman.
5. Didominasi oleh rubrik olahraga, sekitar 21% dari total jumlah halaman.
6. Mengakomodasi aspirasi masyarakat dengan menyajikan 30 – 40 SMS dari warga yang berisi keluhan atau opini.

Tabel 2.1 Wilayah Distribusi Harian Jogja

DAERAH	PROSENTASE
Kota Yogyakarta	40%
Kab. Sleman	18%
Kab. Bantul	15%
Kab. Kulonprogo	17%
Kab. Gunung Kidul	10%

Sumber: Harian Jogja

C. Visi dan Misi

Visi:

1. Mengawal dinamika dan nilai luhur budaya masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya.

Misi:

- A. Memberikan pilihan bagi komunitas Yogyakarta yang semakin majemuk.
- B. Memacu semangat masyarakat untuk membangun wilayah secara mandiri.
- C. Menyebarkan romantisme ke Yogya-an bagi warga yang pernah memiliki keterpautan dengan wilayah ini.

D. Logo Harian Jogja

Gambar 2.1 Logo Harian Jogja



Sumber: Harian Jogja

E. Data Umum Harian Jogja

Nama Media	: Harian Jogja
Penerbit	: PT. Aksara Dinamika Jogja
Pimpinan Perusahaan	: Bambang Natur Rahadi

Alamat : JL. A.M. Sangaji 41 Yogyakarta
Telepon : (0274) 583183
Fax : (0274) 564440
Website : www.harianjogja.com
Percetakan : PT. Solo Grafika Utama
Rekening Bank : PT. Aksara Dinamika Jogja, Bank
Mandiri Cab. Katamso. Nomer Rekening
137.000.583966-3

F. Struktur Organisasi Harian Jogja

Pemimpin Umum:

Prof. DR. H. Sukamdani S. Gitosardjono

Pemimpin Perusahaan:

Bambang Natur Rahadi

Pemimpin Redaksi:

Anton Wahyu Prihartono

Dewan Redaksi:

Ahmad Djauhar, Adhitya Noviardi, Y. Bayu Widagdo, Arief Budisusilo,

Tomy Sasangka, Suwarmin

Redaktur Pelaksana:

Nugroho Nurcahyo

Redaktur:

Budi Cahyana, Galih Eko Kurniawan, Gilang Jiwana, Laila Rochmatin, Maya Herawati, Sugeng Pranyoto, Sumadiyono, Wisnu Wardana, Yudhi Kusdiyanto.

Manager Riset dan Kesekretariatan:

MM. Foura Yusito

Asisten Manager Produksi:

Daniel Kristian

Reporter:

Abdul Hamid Razak, Arief Junianto, Arif Wahyudi, Bernadetha Dian Saraswati, Bhekti Suryani, David Kurniawan, Holy Kartika N.S., Irwan A Syambudi, Jumali, Kusnul Isti Qomah, Mayang Nova Lestari, Mediani Dyah Natalia, Nina Atmasari, Rima Sekarin I.N., Sekar Langit Nariswari, Sunartono, Ujang Hasanudin, Uli Febriarni, Yudho Priambodo.

Fotografer:

Desi Suryanto, Gigih Mulisty Hanafi.

Tim Artistik:

Andi Sutadji, Hendy Prabowo Utomo, Hengki Irawan, Kinanti Sakti S, Muhammad Fathi, Muhammad Nurbawa P.Y, Nanda Bagus Setyanto, Tri Harjono, T.G Sunu Jatmika, Zahirul Alwan.

General Manager Pemasaran:

Sri Pujiningsih

Asisten Manager Iklan:

Amelia Rizky

Manager Event:

Eko Soetarmo

Asisten Manager Sirkulasi:

Joko Nugroho

Penerbit:

PT. Aksara Dinamika Jogja

Deskripsi pekerjaan atau tanggung jawab yang harus dilakukan oleh masing-masing kerabat kerja adalah sebagai berikut:

1. Pemimpin Umum

Bertanggung jawab atas keseluruhan jalannya penerbitan pers, baik ke dalam maupun keluar. Dapat melimpahkan pertanggungjawabannya terhadap hukum kepada Pemimpin Redaksi sepanjang menyangkut redaksional dan kepada Pemimpin Usaha sepanjang menyangkut perusahaan penerbitan.

2. Pemimpin Redaksi

Pemimpin Redaksi atau yang biasa disebut Pemred bertanggung jawab terhadap mekanisme dan aktivitas kerja keredaksian sehari – hari. Pemred harus mengawasi isi dari seluruh rubrik yang akan diterbitkan.

3. Dewan Redaksi

Dewan Redaksi beranggotakan Pemimpin Umum, Pemimpin Redaksi, Redaktur Pelaksana, dan orang – orang yang dipandang berkompeten menjadi penasihat bagian redaksi. Dewan Redaksi bertugas memberi masukan kepada jajaran redaksi dalam melaksanakan tugasnya.

Dewan Redaksi juga mengatasi permasalahan penting, misalnya menyangkut berita yang sangat sensitive.

4. Redaktur Pelaksana

Redaktur Pelaksana bisa disebut sebagai kepanjangan tangan dari Pemimpin Redaksi, tetapi lebih bersifat teknis. Dialah yang memimpin langsung aktivitas peliputan dan pembuatan berita oleh para reporter dan editor.

5. Redaktur

Redaktur adalah orang yang bertanggung jawab penuh terhadap rubrik tertentu. Seorang redaktur biasanya hanya menangani satu rubrik. Oleh karena itu sebuah surat kabar memiliki beberapa redaktur.

6. Manager Riset dan Kesekretariatan

Tugas seorang manager riset adalah mencari data, artikel, atau tulisan yang dibutuhkan oleh reporter untuk mendukung penulisan berita.

7. Asisten Manager Produksi

Asisten Manager Produksi adalah orang yang bertanggung jawab dalam hal tata letak, *lay out*, editing foto, dan grafis. Asisten Manager produksi biasanya membawahi tim artistik.

8. Reporter

Reporter adalah ujung tombak dalam sebuah surat kabar. Reporter merupakan orang yang terjun langsung ke lapangan untuk mencari, mengumpulkan dan mengolah informasi menjadi sebuah berita.

9. Fotografer

Fotografer (wartawan foto) memiliki tugas mengambil gambar peristiwa atau objek tertentu yang dibuat oleh wartawan tulis.

10. Tim Artistik

Tugas dari tim artistik adalah seperti merancang *cover*, membuat *dummy*, mendesain dan me- *lay out* setiap halaman, mengatur peruntukan halaman untuk naskah, dan hal – hal yang berkaitan dengan desain sebuah surat kabar.

11. General Manager Pemasaran

Tugas dari seorang General Manager Pemasaran adalah mencari klien yang berminat untuk beriklan di surat kabar tersebut.

12. Asisten Manager Sirkulasi

Tugas dari Asisten Manager Sirkulasi adalah bertanggung jawab terhadap pemasaran, distribusi dan sirkulasi surat kabar tersebut.