

BAB II

TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Perusahaan

Jawa Pos didirikan oleh The Chung Shen pada 1 Juli 1949 dengan nama Djawa Post. Saat itu The Chung Shen hanyalah seorang pegawai bagian iklan sebuah bioskop di Surabaya. Karena setiap hari dia harus memasang iklan bioskop di surat kabar, lama-lama ia tertarik untuk membuat surat kabar sendiri. Setelah sukses dengan Jawa Pos-nya, The Chung Shen mendirikan pula koran berbahasa Mandarin dan Belanda. Bisnis The Chung Shen di bidang surat kabar tidak selamanya mulus. Pada akhir tahun 1970-an, omzet Jawa Pos mengalami kemerosotan yang tajam. Tahun 1982, oplahnya hanya tinggal 6.800 eksemplar saja. Koran-korannya yang lain sudah lebih dulu pensiun. Ketika usianya menginjak 80 tahun, The Chung Shen akhirnya memutuskan untuk menjual Jawa Pos. Dia merasa tidak mampu lagi mengurus perusahaannya, sementara tiga orang anaknya lebih memilih tinggal di London, Inggris.

Pada tahun 1982, Eric FH Samola, waktu itu adalah Direktur Utama PT Grafiti Pers (penerbit majalah Tempo) mengambil alih Jawa Pos. Dengan manajemen baru, Eric mengangkat Dahlan Iskan, yang sebelumnya adalah Kepala Biro Tempo di Surabaya untuk memimpin Jawa Pos. Eric Samola kemudian meninggal dunia pada tahun 2000. Dahlan Iskan adalah sosok yang menjadikan Jawa Pos yang waktu itu hampir mati dengan oplah 6.000 eksemplar, dalam waktu 5 tahun menjadi surat kabar dengan oplah 300.000 eksemplar.

Lima tahun kemudian terbentuklah Jawa Pos News Network (JPNN), salah satu jaringan surat kabar terbesar di Indonesia, dimana memiliki lebih dari 80 surat kabar, tabloid, dan majalah, serta 40 jaringan percetakan di Indonesia. Pada tahun 1997, Jawa Pos pindah ke gedung yang baru berlantai 21, Graha Pena, salah satu gedung pencakar langit di Surabaya. Tahun 2002 dibangun Graha Pena di Jakarta. Dan, saat ini bermunculan gedung-gedung Graha Pena di hampir semua wilayah di Indonesia. Tahun 2002, Jawa Pos Group membangun pabrik kertas koran yang kedua dengan kapasitas dua kali lebih besar dari pabrik yang pertama. Kini pabrik itu, PT Adiprima Sura Perinta, mampu memproduksi kertas koran 450 ton/hari. Lokasi pabrik ini di Kabupaten Gresik, hanya 45 menit ber-mobil dari Surabaya. Setelah sukses mengembangkan media cetak di seluruh Indonesia, pada tahun 2002 Jawa Pos Grup mendirikan stasiun televisi lokal JTV di Surabaya, yang kemudian diikuti Batam TV di Batam, Riau TV di Pekanbaru, Fajar TV di Makassar, Palembang TV di Palembang, Parijz van Java TV di Bandung, Radar Cirebon Televisi RCTV di Cirebon Kota Wali.

Memasuki tahun 2003, PT Jawa Pos Group merambah bisnis baru, yaitu *Independent Power Plant (IPP)*. Proyek pertama adalah 1 x 25 MW di Kab. Gresik, yakni dekat pabrik kertas. Proyek yang kedua 2 x 25 MW, didirikan di Kalimantan Timur, bekerja sama dengan perusahaan daerah setempat. Pada tahun 2008, PT Jawa Pos Group menambah stasiun televisi baru, yaitu Mahkamah Konstitusi Televisi (MKtv) yang berkantor di Gedung Mahkamah Konstitusi Jakarta. Pada tahun 2009, PT Jawa Pos Group menambah data center baru, yaitu *Fangbian Iskan Corporindo (FIC)* yang berkantor di Gedung Graha Pena Surabaya.

Sirkulasi Jawa Pos menyebar hingga ke seluruh provinsi Jawa Timur, Bali, dan sebagian Jawa Tengah dan DI Yogyakarta. Jawa Pos terbit dalam beberapa edisi. Jawa Pos edisi Surabaya beredar di daerah Kota Surabaya dan sekitarnya (Kabupaten Sidoarjo dan Kabupaten Gresik), terbit dengan tiga seksi utama:

- a. *Jawa Pos* (utama), berisi berita-berita utama, politik, ekonomi/bisnis, Jawa Timur, nasional, internasional, dan rubrik-rubrik tematik lainnya.
- b. *Metropolis*, berisi berita Kota Surabaya dan sekitarnya (Sidoarjo dan Gresik), Deteksi (halaman untuk remaja, salah satunya berisi polling harian), hiburan, kesehatan, teknologi, dan rubrik-rubrik "ringan" lainnya serta rubrik mingguan
- c. *Olahraga*, berisi berita-berita olahraga, terutama ulasan mengenai sepak bola dan balap (Formula 1, MotoGP). Seksi ini juga berisi iklan baris.
- d. *DetEksi* berisi berita tentang kehidupan remaja, mulai dari otomotif, style, techno, hingga anime. terdiri dari 3 halaman yang disisipkan pada bagian Metropolis. Hingga kini detEksi Jawa Pos aktif mengadakan event seperti DetEksi Basketball League, Dan MAding Championship. Halaman ini kini telah menjadi bacaan wajib bagi remaja di Surabaya. Seksi ini semua crew-nya masih berstatus mahasiswa, mulai dari reporter, editor, hingga fotografer.

Hal yang membedakan Jawa Pos edisi Surabaya dan luar Surabaya adalah seksi "Metropolis" diganti dengan seksi yang lebih regional, dengan sebutan "Radar". Seksi "Radar" berisi berita-berita lbanyak. Rubrik-rubrik Metropolis (seperti di Jawa Pos edisi Surabaya) sebagian masih dipertahankan. Seksi Jawa Pos utama dan Seksi Olahraga sama persis dengan edisi Surabaya. Saat ini Jawa

Pos memiliki 15 "Radar", yang masing-masing memiliki redaksi sendiri di kotanya yakni:

- a. Radar Banyuwangi (Banyuwangi), beredar di Banyuwangi dan Situbondo.
- b. Radar Jember (Jember), beredar di Jember, Lumajang dan Bondowoso.
- c. Radar Bromo (Kota Pasuruan), beredar di Pasuruan dan Probolinggo.
- d. Radar Malang (Kota Malang), beredar di Malang dan Batu.
- e. Radar Mojokerto (Kota Mojokerto), beredar di Mojokerto dan Jombang.
- f. Radar Gresik (Gresik), beredar di Gresik, Surabaya, dan Lamongan.
- g. Radar Kediri (Kota Kediri), beredar di Kediri dan Nganjuk. Kantor di Jalan Brawijaya Kota Kediri.
- h. Radar Tulungagung (Tulungagung), beredar di Tulungagung, Trenggalek, dan Blitar.
- i. Radar Bojonegoro (Bojonegoro), beredar di Bojonegoro, Tuban, Lamongan, dan Blora.
- j. Radar Madiun (Kota Madiun), beredar di Madiun, Ngawi, Magetan, Ponorogo, dan Pacitan.
- k. Radar Madura (Bangkalan), beredar di Pulau Madura.
- l. Radar Bali (Bali), beredar di Denpasar Bali.

Redaksi "Radar"- "Radar" ini berada di sejumlah kota. Isi berita "Radar" bersifat lokal, dan memuat iklan yang juga bersifat lokal, serta seksi Olahraga lokal.

Jawa Pos edisi Jawa Tengah/DIY sedikit berbeda dengan edisi Jawa Timur. Meski berita utama (*headline*) dan sebagian besar isi beritanya adalah sama, Jawa Pos edisi Jawa Tengah/DIY berisi rubrik tambahan yang bersifat lokal

(seperti rubrik Ekonomi Bisnis, Jawa Tengah), serta tidak termasuk iklan baris (yang mana hanya beredar di Jawa Timur). Jawa Pos di Jawa Tengah dan DIY juga terdiri atas sejumlah "Radar", yakni:

- a. *Radar Semarang* (Kota Semarang), beredar di Semarang, Salatiga, Demak, Kendal, Batang, dan Pekalongan.
- b. *Radar Solo* (Kota Surakarta), beredar di eks Karesidenan Surakarta (Surakarta, Boyolali, Klaten, Sukoharjo, Karanganyar, Sragen).
- c. *Radar Kudus* (Kudus), beredar di Kudus, Pati, Jepara, Grobongan, Rembang, dan Blora.
- d. *Radar Jogja* (Yogyakarta), beredar di Provinsi DIY, Magelang, Purworejo, Kebumen, Temanggung, dan Wonosobo.

Dari sisi manajemen, Radar-Radar yang ada ini dikelola secara otonom. Rekrutmen karyawan dan wartawan dilakukan sendiri oleh masing-masing manajemen Radar. Grup Jawa Pos atau *Jawa Pos Group* atau *Jawa Pos National Network* (JPNN) adalah perusahaan yang menaungi lebih dari 151 surat kabar daerah dan nasional, yang paling terkenal adalah Jawa Pos, dan belasan tabloid, majalah, dan televisi daerah.

2.2. Profil Perusahaan

Jawa Pos adalah Koran yang diterbitkan oleh sebuah perseroan dengan nama N.V. Perusahaan Penerbitan Java Post, didirikan pada 1 Juli 1949 oleh The Chung Sen (Suseno Tedjo). Pada akhir tahun 1970an mengalami kemerosotan yang tajam hingga pada tahun 1982 tirasnya tinggal 6.800 eksemplar/hari. Pada tahun ini pula masuk manajemen baru dari kelompok TEMPO dibawah kepem-

impinan Dahlan Iskan. Pada Tahun 1985, tiras Jawa Pos sudah mencapai 150.000 eksemplar/hari, hal ini karena suksesnya meliput kejatuhan presiden Marcos di Filipina. Jawa Pos kemudian berkembang cepat sekali tirasnya hingga sekarang mencapai 350.000 eksemplar/hari dengan anak perusahaan sebanyak 90 koran lebih di daerah daerah seluruh propinsi di Indonesia. Jawa Pos sekarang sudah menjadi salah satu kelompok industri media terbesar di Indonesia, dengan sumber daya karyawan sekitar 400 orang lebih dari berbagai disiplin ilmu serta mendirikan pabrik kertas koran dan percetakan² di daerah-daerah dengan dukungan teknologi komputer dan komunikasi, maka Jawa Pos adalah perusahaan yang sangat efisien dan asset Indonesia yang patut di perhitungkan.

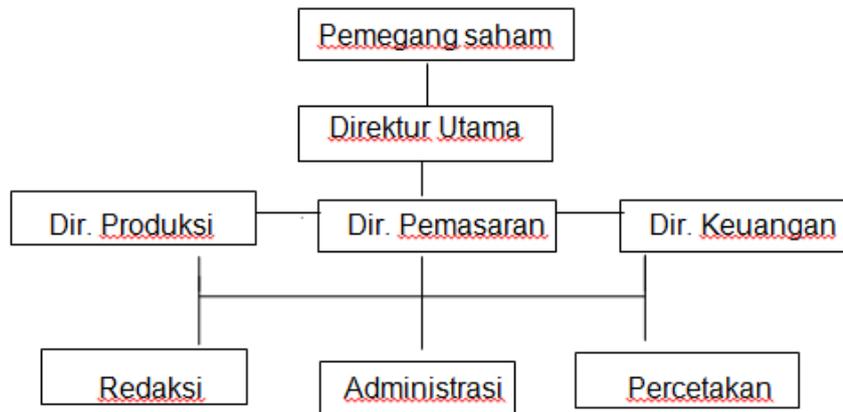


Gambar 2.1. Gedung Utama Graha pena (sumber: jawapos-koran.blogspot.com)

Nama Perusahaan : PT Jawa Pos Koran

Visi dan Misi : Menjadikan perusahaan media yang berkembang kokoh dan membawa manfaat agar Indonesia tidak hanya maju di Ibu kotanya, dengan menyelenggarakan pers yang bebas dan bertanggung jawab di seluruh Indonesia.

Moto : “Selalu Ada yang baru”



Gambar 2.2. Struktur Organisasi

2.3. Proses Produksi Surat Kabar

2.3.1. Pencarian Topik Berita

Tidak semua berita merupakan berita yang di rencanakan, karena ada berita yang didapat dr kejadian langsung dan tidak direncanakan. Namun bisa juga topik berita merupakan hasil perencanaan di rapat Redaksi pagi hari (jam 10.00-12.00).

Hasil rapat kemudian di distribusikan ke wartawan masing2 tempat kerja lewat telepon, demikian juga penugasan kepada perwakilan2 di Jakarta atau tempat lain. Sore Hari (18.00-19.00) dilakukan *listing* berita, dimana berita yang didapat dibuat daftarnya dan dilihat sampai seberapa bagus dan akan ditempatkan di halaman mana.

2.3.2. Editing Berita

Setelah berita didapat dari wartawan-wartawan kemudian dikirim ke redaktornya masing-masing, redaktur kemudian mengetes apakah berita tersebut punya nilai tinggi hingga disebut sebagai berita. Adapun beberapa tugas redaktur, yaitu:

- a. Memeriksa, apakah berita mempertimbangkan keamanan dan tidak menimbulkan gejolak di masyarakat.
- b. Mempertimbangkan juga apakah berita tersebut merugikan seseorang sudah ditulis secara seimbang (*cover both side*) atau belum.
- c. Apakah berita sudah cukup lengkap datanya, kalau tidak akan diberikan informasi tambahan. Juga akan memotong tulisan wartawan yang keluar dari konteksnya.
- d. Mengedit tulisan wartawan agar benar logikanya maupun bahasanya agar tidak menimbulkan penafsiran ganda bagi pembaca.

2.3.3. Pemuatan Berita

Tergantung kualitas beritanya, karena berita yang masuk di Jawa Pos banyak sekali. Oleh karenanya berita yang ada tidak semuanya dimuat, sehingga banyak berita yang tidak terpakai. Seleksi menjadi semakin ketat bila jumlah iklan yang akan dimuat menjadi semakin banyak. Berita yang lolos dalam seleksi kemudian di *lay-out* menjadi halaman-halaman koran oleh *lay-out man*. *Lay-out man* mempertimbangkan bagaimana halaman menjadi terlihat bagus dan nyaman untuk dibaca, di Jawa Pos halaman harus seimbang gambarnya. Tidak boleh terlalu

kosong dari foto, namun juga tidak boleh terlalu banyak gambarnya. Bagian grafislah yang merancang model-model halaman di Jawa Pos.

2.3.4. Proses Percetakan

Jika tata muka sudah selesai, maka hasilnya kemudian di cetak dalam bentuk film sebesar halaman koran. Film ini kemudian diserahkan bagian percetakan untuk kemudian dibuat hal yang sama tapi dlm bentuk plat aluminium, dan plat ini akan dilekatkan di mesin cetak untuk mencetak kertas korannya. Pencetakan dilakukan menggunakan mesin cetak dengan sistem web, sistem ini mencetak koran dari bahan kertas yang masih gulungan/gelondongan. Dari mesin ini kemudian akan dicetak sejumlah koran yang telah di pesan oleh bagian Sirkulasi.

2.3.5. Pendistribusian

Koran yang sudah dicetak sebanyak yang dipesan bagian Sirkulasi dan pemasaran itu kemudian diserahkan ke bagian Sirkulasi dalam bentuk kemasan per 150/200 eksemplar. Kemudian akan diberi label & nota kirim sesuai pesanan dan dikirim ke Agen, pengecer lewat Darat. Para Agen dan pengecer itulah yang kemudian akan membagikan sampai pada pelanggan. Agar pembaca di luar kota bisa menerima koran sama paginya dengan di dalam kota, maka Jawa Pos menerapkan Cetak Jarak Jauh (Remote Printing).

Sistem Cetak Jarak Jauh ini berupa pengiriman file-file jadi yang sudah dibuat oleh *lay-out man* ke daerah-daerah yang sudah terhubung network nya dengan Jawa Pos Surabaya. Kemudian file-file tersebut akan dipindah dalam

bentuk alumunium, kemudian dicetak. Dengan sistem ini maka selisih waktu yang terbangun di jalan (darat/udara) akan berkurang, sehingga konsumen setempat akan menerima koran tepat dipagi hari sama dengan orang yang tinggal di Surabaya. Manajemen waktu tersebut sangatlah penting untuk memproduksi produk agar sampai tepat waktu.

