

BAB II

GAMBARAN UMUM INSTANSI

2.1. Sejarah Berdirinya PT. Jawa Pos Koran

Usaha swasta di bidang media komunikasi massa berbentuk PT yang didirikan oleh The Chung Sen (Suseno Tejo) dan terbit mulai 1 Juli 1949. Pertama kali berkantor di Jl. Kembang Jepun dengan oplah 6000 eksemplar perhari. Mulai 1982 beralih manajemen, diambil oleh PT. Grafiti Pers (Majalah/Koran Tempo) yang dipimpin Dahlan Iskan dan berkembang hingga sekarang.

Dicetak di atas 360.000 eksemplar setiap hari, Jawa Pos kini menduduki peringkat ke-dua dalam urutan sepuluh koran besar di Indonesia. Basis pemasaran terkuat berada di Jawa Timur, menyusul mengembang di Kalimantan, Sulawesi, NTB, NTT hingga Irian Jaya. Dengan orientasi segmentasi menengah-atas, untuk meningkatkan kualitas layanan pembaca Jawa Pos melakukan cetak jarak jauh dengan sistem cetak jarak jauh (SCJJ) di Bali, Banyuwangi, Nganjuk, Solo, Jakarta, Balikpapan, Banjarmasin dan dipersiapkan di beberapa kota lain di Indonesia.

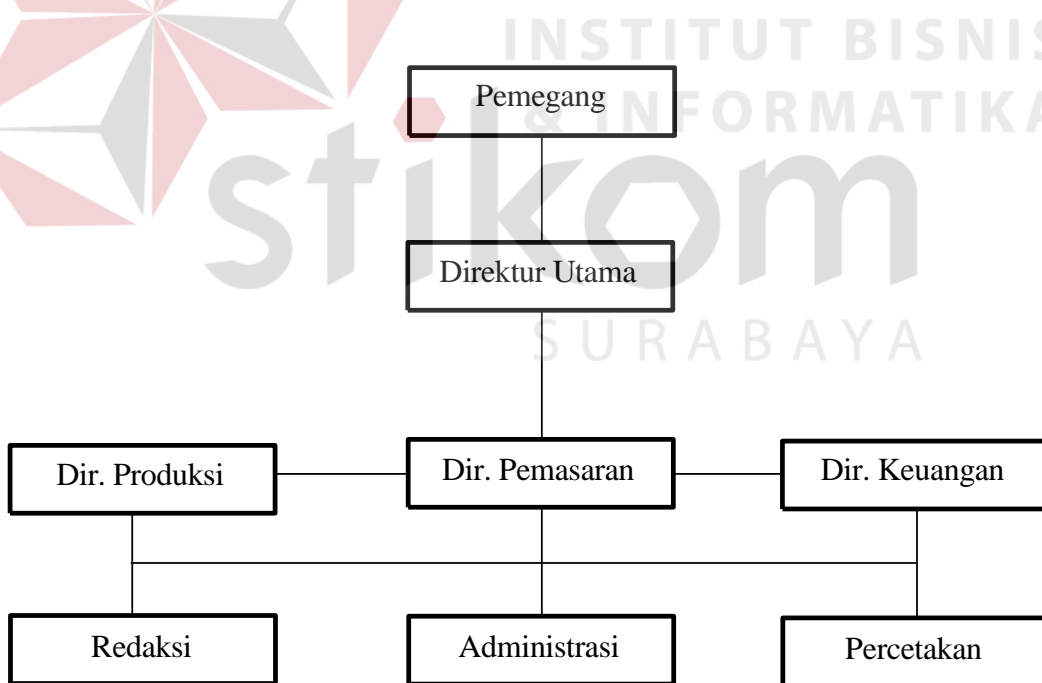
Sejak 9 September 1998 Jawa Pos tampil dengan format baru, yakni Broadsheet Muda dengan lebar tujuh kolom (dulu 9 kolom) seperti koran di luar negeri. Jawa Pos kini juga tampil dengan berbagai koran "Radar" di berbagai daerah (Contents lokal). Ini merupakan terobosan untuk menguatkan image sebagai pelopor. Bagi pembaca di luar negeri lainnya, dapat mengikuti berita-berita Jawa Pos lewat fasilitas internet. (JP Net : <http://www.jawapos.co.id>)

Memiliki seratus wartawan lebih yang ditempatkan di berbagai kota penting di dalam dan luar negeri. Jawa Pos pernah menempatkan di Frankfurt, London, Roma, Hongkong, Washington, Sao Paulo dan Bulgaria. Karena pertimbangan efisiensi, kini penempatan wartawan di luar negeri sangat dipertimbangkan, terutama jika ada acara-acara khusus kalau perlu.

2.2. Visi dan Misi PT. Jawa Pos Koran

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

2.3. Struktur Organisasi PT. Jawa Pos Koran



Gambar 2.1 Struktur Organisasi

2.4. Kegiatan Perusahaan

Kegiatan utama dari PT. Jawa Pos Koran adalah memproduksi surat kabar dengan detail proses sebagai berikut :

1. Pencarian Topik Berita

Tidak semua berita merupakan berita yang di rencanakan, karena ada berita yang didapat dari 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 masing-masing tempat kerja lewat telepon , demikian juga penugasan kepada perwakilan-perwakilan 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. Editing Berita

Setelah berita didapat dari wartawan-wartawan maka kemudian dikirim ke redaktornya masing-masing, redaktur kemudian mengetes apakah berita tersebut mempunyai nilai tinggi hingga disebut sebagai berita.

Redaktur memeriksa, apakah berita mempertimbangkan keamanan dan tidak menimbulkan gejolak di masyarakat. Redaktur mempertimbangkan juga apakah berita tersebut merugikan seseorang ditulis secara seimbang (*cover both side*) atau belum. Apakah berita sudah cukup lengkap datanya, kalau tidak akan diberikan informasi

tambahan. Redaktur juga akan memotong tulisan wartawan yang keluar dari konteksnya. Redaktur mengedit tulisan wartawan agar benar logikanya maupun bahasanya agar tidak menimbulkan penafsiran ganda bagi pembaca.

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-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, di Jawa Pos halaman harus seimbang foto-foto/gambarnya. Tidak boleh terlalu kosong dari foto, namun juga tidak boleh terlalu banyak foto-foto/gambarnya. Bagian grafis lah yang merancang model-model halaman di Jawa Pos.

4. Proses Pencetakan

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 dalam 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. Di mesin ini kemudian akan dicetak sejumlah koran yang telah di pesan oleh bagian Sirkulasi.

5. Pendistribusian

Koran yang sudah dicetak sebanyak yang dipesan bagian Sirkulasi/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 di pagi hari pada waktu yang bersamaan dengan di dalam kota, maka Jawa Pos menerapkan Sistem Cetak Jarak Jauh (SCJJ/Remote Printing).

SCJJ ini berupa pengiriman file-file jadi yang sudah dibuat oleh lay-out man ke daerah-daerah yang sudah terhubung jaringannya dengan Jawa Pos Surabaya. Kemudian file-file tersebut sama seperti di Jawa Pos Surabaya, akan di pindah dalam bentuk aluminium, kemudian dicetak.

Dengan sistem ini maka selisih waktu yang terbuang di jalan (darat/udara) akan berkurang, sehingga konsumen setempat akan menerima koran di pagi hari pada waktu yang bersamaan dengan orang di Surabaya.