

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Gambaran Umum PT. Intermedia Pers (Radar Malang)

Radar Malang merupakan salah satu grup Radar terbesar di Jawa Pos. Berdiri sejak 15 Desember 1999 menjadi suplemen Jawa Pos. Perkembangan Radar Malang sangat pesat selama kurun waktu tujuh tahun ini. Jawa Pos Biro Malang pada 1988 merupakan embrio Radar Malang. Pada saat masih menjadi Biro Malang, berita khusus Malang hanya satu halaman yang bergabung dengan halaman Jawa Timur Jawa Pos. Dalam perkembangan waktunya menjelang pelaksanaan otonomi daerah Jawa Pos mendirikan Radar Malang, awalnya dua halaman dan sekarang sudah berkembang dan memiliki 8-12 halaman yang mengusung beragam berita di wilayah Malang Raya, meliputi Kota Malang, Kabupaten Malang dan Kota Batu. Saat ini, Radar Malang koran terbesar (*market leader*) di wilayah Malang Raya.

Radar Malang berdiri di bawah naungan usaha PT. Malang Intermedia Pers. Radar Malang terdiri dari tiga divisi kerja, antara lain : Bagian Redaksi, Bagian Iklan dan Bagian Pemasaran. Di luar Bagian tersebut, Radar Malang telah memiliki tim *event organizer* (EO) berwenang mengerjakan beragam kegiatan *off print* Radar Malang yang bekerja sama dengan mitra kerja.

2.1.1 Visi dan Misi Radar Malang (PT. Malang Intermedia Pers)

PT. Intermedia Pers (Radar Malang) berbekal slogan “Mengawali Reformasi dan Otonomi Daerah” memaparkan visi dan misi perusahaan sebagai berikut :

1. Visi

Visi dari PT. Intermedia Pers adalah media yang menjembatani informasi antar pemerintah dengan masyarakat serta mengawasi jalannya penegakan reformasi dan otonomi daerah.

2. Misi

Misi yang dibawa PT. Intermedia Pers adalah :

a. Misi ideologi

Mendorong terciptanya kerukunan antar umat beragama

b. Misi politik

Pihak kontrol atas pemerintah daerah agar dapat mewakili rakyat

c. Misi ekonomi

Menjadi bagian masyarakat yang dapat menciptakan lapangan kerja

d. Misi sosial budaya

Menumbuhkan sikap rasa cinta terhadap kebudayaan kota Malang.

2.1.2 Lokasi Perusahaan

Lokasi Perusahaan PT. Intermedia Pers saat ini terpisah antara kantor bisnis dan kantor redaksi. Keputusan untuk menempatkan suatu lokasi perusahaan pada suatu tempat tertentu memiliki peranan terhadap kelancaran usaha yang dilakukan. berikut ini adalah alamat lokasi kantor Jawa Pos Radar Malang :

<p><u>Kantor Redaksi</u></p> <p>Jl. Raya Pepen 99 Pakisaji, Malang Telp: (0341) 397700, 397600 Fax: (0341) 397888 Website: www.radarmalang.co.id</p>	<p><u>Kantor Bisnis</u></p> <p>Jl. Arjuno 23 Malang Telp (0341) 363700. Fax (0341) 348638 Sirkulasi: (0341) 350798 Iklan: (0341) 363700,355602 Email : radarmalang@jawapos.co.id atau radarmalang@yahoo.co.id</p>
---	---

2.1.3 Keadaan Operasional Radar Malang

1. Jumlah Tenaga Kerja

Dalam pelaksanaan kegiatannya, Jawa Pos Radar Malang melibatkan kurang lebih 65 orang dan semua bekerja pada bidang masing-masing.

2. Tingkat Pendidikan Tenaga Kerja

Tingkat pendidikan tenaga kerja di Jawa Pos Radar Malang secara keseluruhan adalah sarjana strata satu yang dipekerjakan untuk operasional kantor. Dan tingkat SMA untuk pekerja jasa *cleaning service*. Dilihat dari tingkat pendidikan yang rata-rata sarjana, ini membuktikan bahwa tingkat pendidikan tenaga kerja di Jawa Pos Radar Malang sudah tinggi.

3. Jam Kerja

Hari kerja pada media cetak ini dimulai hari Senin sampai Sabtu dengan batasan waktu. Jam kerja operasional kantor :

Senin – Jumat : 09.00 – 16.00 WIB

Sabtu : 09.00 – 12.00 WIB

* Hari Minggu atau hari besar libur

2.1.4 Tujuan Radar Malang (PT. Intermedia Pers)

Setiap perusahaan dalam rangka melaksanakan aktivitasnya memiliki hubungan yang hendak dicapai. Tujuan bagi perusahaan merupakan petunjuk serta acuan bagi perusahaan untuk berhasil dalam melaksanakan aktivitasnya dan mencapai target yang ditetapkan.

Tujuan perusahaan Jawa Pos Radar Malang berdasarkan anggaran dasarnya adalah sebagai berikut :

A. Tujuan Jangka Pendek

Merupakan tujuan yang jangka waktunya tidak lebih dari satu tahun. Tujuan jangka pendek harus direalisasikan terlebih dahulu sebelum melaksanakan tujuan jangka panjang.

1. Menjaga perusahaan, serta berusaha sebaik-baiknya dalam mempertahankan dan memelihara agar proses produksi tetap berjalan lancar.
2. Mencapai target produksi sesuai dengan yang direncanakan. Realisasi dari produksi yang diharapkan sesuai dengan target yang direncanakan.
3. Meningkatkan kualitas produksi, sehingga diharapkan tidak mengurangi dari kualitas standartnya.
4. Meningkatkan efisiensi baik dibidang manajemen produksi, manajemen keuangan serta manajemen pemasarannya.

B. Tujuan Jangka Panjang

Tujuan jangka panjang merupakan tujuan perusahaan dengan perhitungan kegiatannya lebih dari satu tahun, yaitu :

1. Mencapai tingkat laba optimal. Yang dimaksudkan adalah laba dari total penjualannya bukan laba per unit.
2. Mengadakan perluasan usaha. Langkah ekspansi dalam memenuhi kedinamisan dan mengembangkan saham perluasan.
3. Memperkuat posisi pasar dalam persaingan. Kelangsungan hidup perusahaan sangat tergantung pada kemampuannya dalam mengatasi pesaing–pesaing tersebut.

Susunan Redaksi Radar Malang (PT. Intermedia Pers)

Tabel 2.1 Susunan Redaksi Radar Malang	
Direktur	Rohman Budijanto
Manager umum	M. Usman Syahadat
Pemimpin redaksi	Khoirul Anwar
Redaktur pelaksana	Ilham Azis
Koordinator liputan	Muhammad Paem Doli G. Siregar
Redaktur	Yunan Helmi, Abdul Muntholib, Yulianti, Lazuardi Firdaus, Neny Fitrin
Staf redaksi	Happy D.Y. , Yosi Arbianto, Yoyon Suryono, Mardi Sampurno, Eko Agus Prasetyo, Kholid Amrullah, Indra Mufarendra, Didik Harianto
Staf redaksi (Kanjuruhan)	Ahmad Yahya, Mahmudan
Staf redaksi (Batu)	Bambang Tri Wijatmiko
Fotografer	Muhammad Paem Doli G. Siregar, Bagus Dharmawan, Suharto, Rully Novianto
Layout	Heri .S., Andi Suryadi, Ferdi Satria, Yudo Asmoro
Grafis/Desain iklan	Febi Suryoleksono, Andhiwira Setya
Manager iklan	A. Faisal Kurniawan
Manager Pemasaran	M. Atho'illah
Akunting/keuangan	Melly Sri Wigati, Ida Hidayati
Staf iklan	R.A. Firmansyah, Farid Fauzi, Luluk Setyowati
Sekretaris redaksi	Puji Astutik, Marisa Puspita Sari
Staf Pemasaran	Nanik Handayani, Choirul Hamzah, Iwan Setiawan, Andik Susanto

2.1.5 Pembagian Tugas

Tiap-tiap pihak yang tercantum dalam struktur organisasi diatas memiliki tugas masing-masing dalam rangka mendukung kinerja dari perusahaan. Adapun tugas dari masing-masing pihak tersebut adalah :

1. General Manager

- a. Membawahi semua bagian di Radar Malang.
- b. Menentukan kebijaksanaan perusahaan.
- c. Mengatur manajemen kantor / perusahaan termasuk laporan bagian keuangan maupun bagian pemasaran koran.
- d. Bertanggung jawab langsung kepada Direktur serta kepada wakil Direktur Jawa Pos.
- e. Mengikuti rapat yang diadakan langsung oleh Direktur pusat.

2. Manager Iklan

- a. Bertanggung jawab mengontrol AE iklan dalam menjalankan tugasnya, dan membina hubungan dengan biro/agen iklan eksternal.
- b. Meneliti semua laporan yang ada pada *accounting* iklan.
- c. Mengatur dan menentukan harga iklan (naik tidaknya tarif iklan) serta pemberian diskon.
- d. Melaksanakan tugas operasional harian dan manajemen periklanan.

3. Pimpinan Redaksi

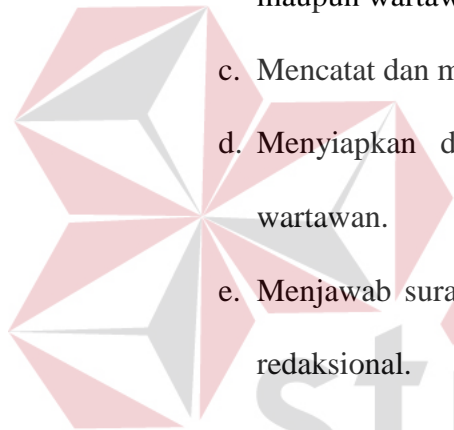
- a. Mengontrol pembuatan berita yang dibuat Radar Malang.
- b. Mengikuti rapat yang diadakan langsung oleh Direktur pusat.
- c. Melaksanakan tugas yang diberikan oleh atasan.

4. Sekretaris Redaksi

- a. Mengkoordinir seluruh kegiatan kesekretariatan redaksi.
- b. Memberikan pelayanan fasilitas yang diperlukan oleh redaktur maupun wartawan.
- c. Mencatat dan membukukan surat-surat yang masuk.
- d. Menyiapkan dan mengalokasikan anggaran bagi redaksi dan wartawan.
- e. Menjawab surat-surat yang masuk dalam kaitannya dengan tugas redaksional.

5. Redaktur Pelaksana

- a. Membuat perencanaan isi materi yang akan dimuat dalam koran baik berupa berita, foto maupun iklan.
- b. Mengkoordinir para redaktur dengan publikasi masing-masing, termasuk desain grafis dan produksi.
- c. Memeriksa dan mengoreksi hasil kerja redaksi.
- d. Mengawasi kelancaran dan alur naskah secara timbal balik dari reporter ke redaksi, ke redaktur bahasa, dan final cek untuk kemudian dialurkan ke desain grafis dan produksi.



6. Pimpinan Pemasaran

- a. Mengontrol cara kerja pemasaran di kantor maupun di lapangan.
- b. Menciptakan perencanaan ke depan terhadap pemasaran.
- c. Mengontrol pembukuan keuangan pemasaran.
- d. Membuat proyeksi dan strategi untuk meningkatkan omah koran.
- e. Bertanggung jawab terhadap bidang pemasaran omah koran serta agen dan sub agen koran.

7. Accounting

- a. Menginput transaksi keuangan harian (kas dan bank).
- b. Mengolah data keuangan dan mengendalikan pengeluaran.
- c. Membuat proyeksi keuangan untuk tahun yang akan datang.
- d. Menyusun skema gaji, bonus karyawan, uang makan dan transportasi, tunjangan professional wartawan, lembur.
- e. Menyusun faktur pajak.
- f. Membuat laporan pajak tahunan.

8. Iklan

Tugas bagian iklan antara lain:

- a. Melayani dan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pemasang iklan, baik iklan jitu, iklan display, advertorial, maupun iklan sosial.
- b. Memberikan layanan konsultasi terkait dengan iklan dan materi iklan.

- c. Menghitung harga pemasangan iklan.
- d. Memproses *order* iklan yang masuk langsung melalui kantor Radar Malang (bukan melalui AE iklan ataupun biro iklan)

Beberapa divisi di bagian iklan, antara lain :

8.1. Marketing iklan (*Account Executive*)

- a. Mencari pelanggan baru pemasang iklan sebanyak mungkin.
- b. Melakukan kegiatan penjualan pribadi (*personal selling*).
- c. Memberikan harga iklan sesuai dengan harga resmi.

8.2. Desain grafis iklan

- a. Mendesain iklan sesuai permintaan pemasang iklan.
- b. Menerima order desain iklan yang masuk.
- c. Membenahi materi desain iklan dari pemasang yang merubah desainnya.

8.3. Order iklan

- a. Menerima order iklan yang masuk.
- b. Mengorder iklan yang akan dimuat sesuai dengan jadwal order.
- c. Melayani perubahan materi iklan.
- d. Menjadwalkan order yang akan dimuat. Memilah–milah order sesuai tanggal.
- e. Bertanggung jawab terhadap iklan mulai dari desain iklan sampai iklan di terbitkan.
- f. Mengecek order iklan dari kantor pusat yang akan diterbitkan di Radar Malang.

8.4. Pengalihan Iklan

- a. Menagihkan pembayaran/sisa pembayaran iklan yang sudah jatuh tempo pembayaran.
- b. Memberikan ketegasan kepada pemasang iklan yang sulit dalam pembayaran.
- c. Membantu pemasang iklan yang datang ke kantor.
- d. Meneliti order pemasang yang belum membayar.

9. *Lay out*

- a. Bertanggung jawab untuk menyusun penempatan (*Lay outing*) materi berita dan materi iklan sampai siap untuk dicetak.
- b. Mengirimkan materi koran Radar Malang yang sudah ditata kepada Jawa Pos untuk dicetak melalui program FTP.

10. Wartawan

- a. Mencari berita yang akurat untuk diterbitkan.
- b. Menerima informasi berita dari luar maupun dari dalam kantor.
- c. Bersikap ramah dan sopan dalam wawancara.

11. EO / *Event Organizer*

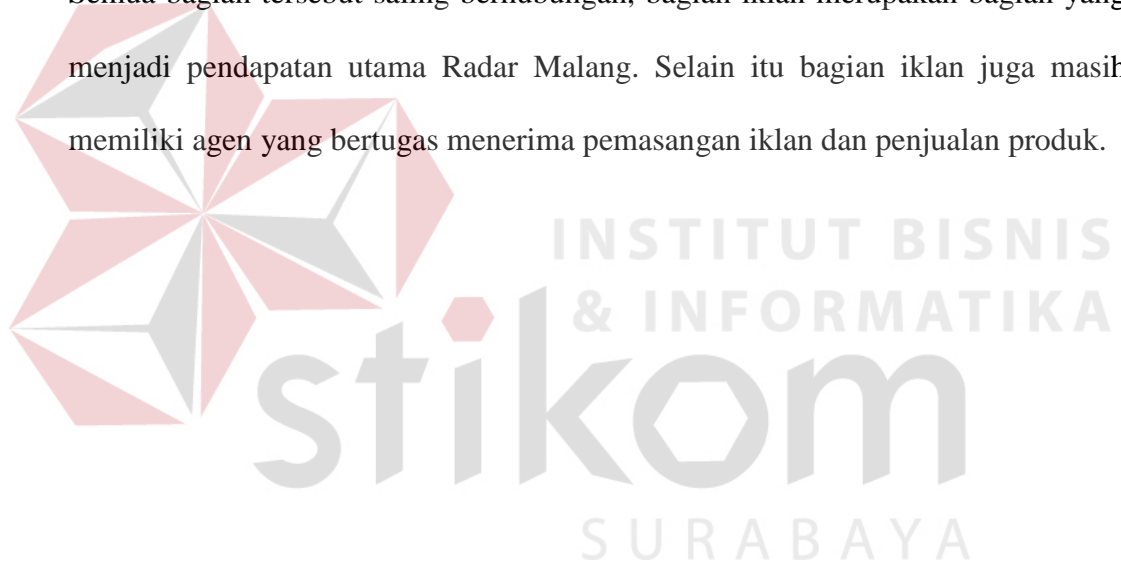
- a. Mengorganisir *event* / acara yang diadakan Radar Malang, termasuk hubungan dengan pihak sponsor.
- b. Bertanggung jawab terhadap kelancaran acara dan segala aset perusahaan yang dipercayakan demi kepentingan acara.

12. Staff Umum

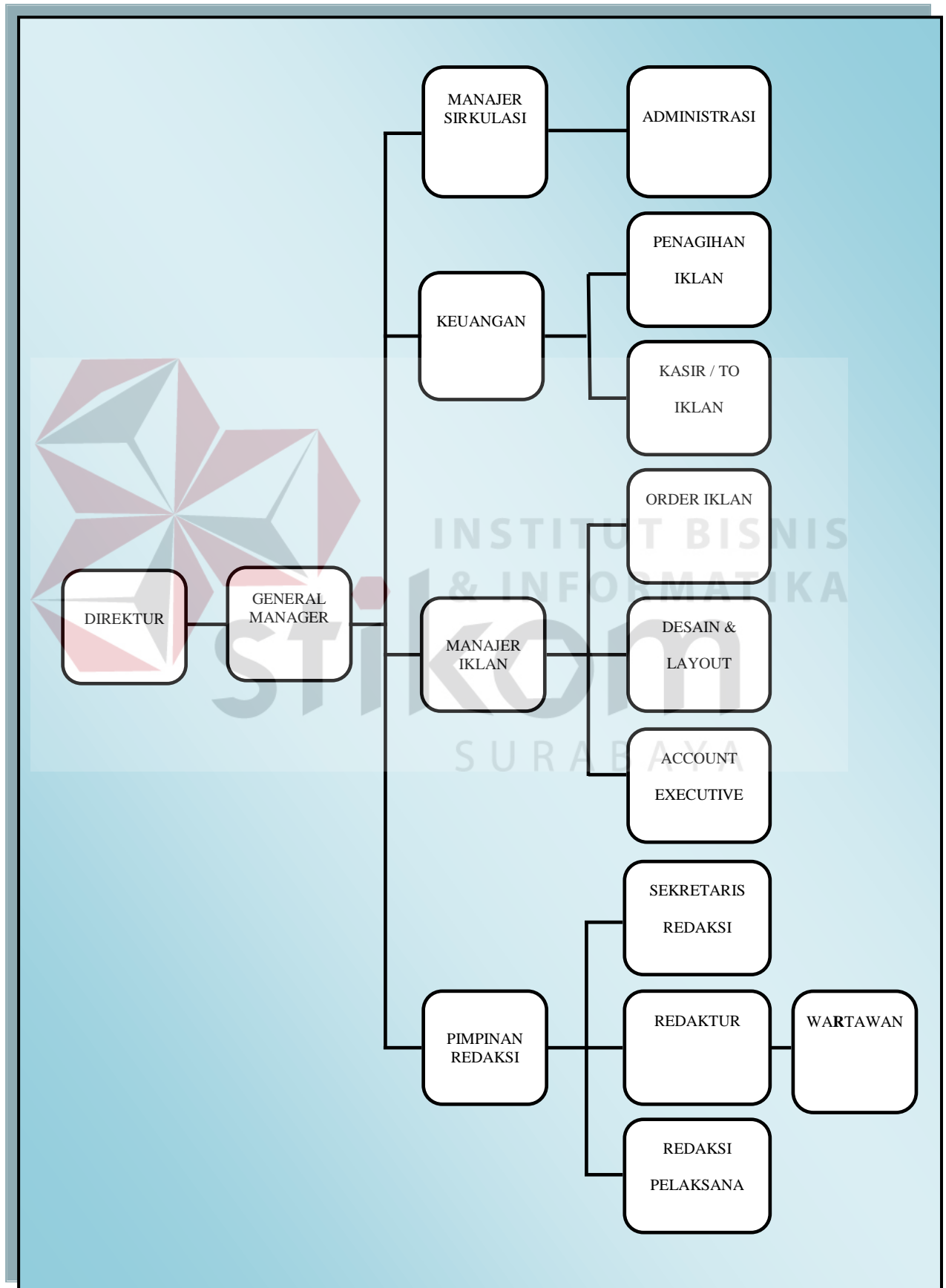
- a. Termasuk dalam bagian umum adalah segala kegiatan yang berhubungan dengan cleaning service, kebersihan, keamanan, dan koperasi.

2.1.6 Struktur organisasi Radar Malang

Radar Malang memiliki beberapa staff pekerja yang dibagi dalam 5 bagian, yaitu : Redaksi, Iklan, Sirkulasi / Pemasaran, Keuangan dan umum. Semua bagian tersebut saling berhubungan, bagian iklan merupakan bagian yang menjadi pendapatan utama Radar Malang. Selain itu bagian iklan juga masih memiliki agen yang bertugas menerima pemasangan iklan dan penjualan produk.



Berikut ini adalah Gambar 2.1 Stuktur Organisasi Radar Malang :



Gambaran Umum Bagian Periklanan

Pelaksanakan Proyek Akhir di Radar Malang pada tanggal 1 Maret sampai dengan 31 Mei 2011. Mulai dari hari pertama sampai dengan hari terakhir kegiatan Proyek Akhir Penulis ditempatkan pada bagian Periklanan. Namun selain mengerjakan pekerjaan yang ada dibagian periklanan juga ikut membantu pekerjaan sekretaris redaksi.

Pada penempatan posisi Proyek Akhir ini dikarenakan perkembangan produksi pada perusahaan yang sebagian besar pendapatannya adalah dari periklanan sehingga menjadi sedemikian penting sampai berkembang menjadi jasa utama koran setelah jasa berita. Oleh sebab itu untuk membantu mengembangkan produktifitas bagian periklanan maka penulis bersedia ditempatkan di bagian periklanan dan rincian tugas-tugas pada bagian periklanan adalah sebagai berikut :

Tugas Pokok bagian Periklanan

1. Menerima pemasangan iklan dari konsumen maupun dari agen (biro Iklan).
2. Memproses order iklan yang masuk langsung melalui kantor Radar Malang (bukan melalui Marketing AE ataupun biro iklan)
3. Input data iklan jitu dan iklan kolom.
4. Mendesain iklan sesuai permintaan pemasang iklan.
5. Setting iklan yang akan dimuat serta mengoreksi iklan yang akan dan yang telah diterbitkan.
6. Menerima pembayaran iklan jitu dan mentransfernya ke rekening pusat secara kumulatif

Tugas Penunjang Bagian Periklanan

1. Menerima *order* iklan jitu
2. Menerima telepon
3. Menerima tamu memberikan pelayanan konsultasi terkait dengan iklan dan materi iklan
4. Mengirim *fax*
5. Menerima pendaftaran kegiatan di Malang Raya
6. Menerima surat masuk

