

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Perkembangan Radar Surabaya

Radar Surabaya merupakan perubahan dari suara Indonesia. Yakni Indonesia yang terbit di kota Malang. Media cetak ini merupakan milik Bapak Giono, Dalam perjalanannya Suara Indonesia mengalami goncangan, kekacauan dan kondisi yang tidak stabil. Karena itu kemudian Suara Indonesia diambil alih oleh Sinar Harapan di Jakarta yang berkantor di Jl. Tegal Sari. Karena pemberitaan yang disajikan tidak sesuai dengan pemerintahan Sinar Harapan.

Pada era 80-an Sinar Harapan merubah nama menjadi Suara Pembaharuan. Nasib sama menimpa penerbitan tersebut, karena perkembangannya tidak secerah Sinar Harapan maka kegoncangan kembali dialami penerbitan Suara Pembaharuan. Dalam keadaan seperti inilah kemudian Jawa Pos mengambil alih sebagai anak perusahaan.

Selama berada di bawah asuhan Jawa Pos, Suara Pembaharuan dijadikan media cetak reformasi. Pada masanya Suara Pembaharuan adalah Koran yang paling berani menyuarakan reformasi. Seiring dengan perjalanannya pada tahun 1989 Suara Indonesia menjadi Koran umum, dan terhitung mulai Rabu 24 Februari 2001 yang bertepatan pada tahun baru imlek 2552, Suara Indonesia diresmikan menjadi Radar Surabaya. Dengan latar belakang semua penerbitan asuhan.

Jawa Pos yang ada di daerah-daerah bernama Radar. Radar Surabaya ini diharapkan menjadi Koran kota yang diilhami dari sebuah penerbit di Amerika USA Today. Hingga sampai saat ini Radar Surabaya masih menjadi kepercayaan masyarakat sebagai Koran kota besar, dari tahun ke tahun Radar Surabaya berusaha menciptakan pembaharuan yang baru. Sejak Juli 2005, Jawa Pos memiliki teknologi cetak Koran terbaru dinamakan Computer to Plate (CTP). Teknologi ini membuat proses cetak lebih cepat karena tidak lagi menggunakan lembaran film. Keuntungannya karena proses cetak lebih cepat, maka berita yang masuk bias lebih up to date. Departemen yang paling berpengaruh dalam halaman nasional dan olahraga. Dimana banyak peristiwa yang terjadi mendakati akhir deadline berita. Sebagai contoh bila ad pertandingan Sepak Bola yang masih tayang pukul 24.00 WIB maka berita itu masih bias termuat di Koran esok pagi. Sesuai namanya CTP maka proses ini hanya dilakukan dn langsung menuju plat film. Karena proses yang cepat, sehingga sulit melakukan pembatalan cetak bila terjadi kesalahan. Halaman benar-benar harus terkoreksi dan tidak ada kesalahan sebelum di tekan tombol print.

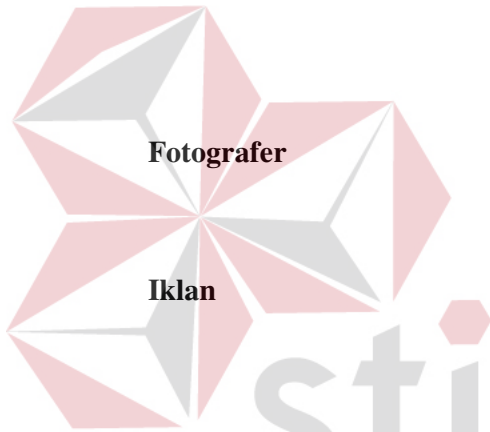
2.2 MANAJEMEN PRODUKSI

2.2.1 MANAJEMEN PENERBITAN RADAR SURABAYA

Staf dan Redaksi Radar Surabaya : M. Zaenuddin, Novi Triawan,
Roudlon, Lanin Nadziroh, M.
Faruq Asori, Diah Sukartini,

Novilawati Anisa, Surahman,
Jaini, Windhi Ariesman, Rochman
Arief, Heti Palestina, Putu Eka
Ratna .W, Eko Yudhiono, Susianti.

Direktur Utama	: Dahlan Iskan
Pimpinan Redaksi	: Leak Koestiya
Redaktur	: H.M Choirul. S, Sumarno, Mas Wangge, Rahmat adhy. K, Yuli Setyo budi, Hendramono
Fotografer	: Mohammad Rofiq, Abdullah Munir
Iklan	: Lilik Widyantoro, M. Afik MS, M. Fail, bambang Sukoco, Hilmi, Pak Pu
Pemasaran	: Heri Santoso, Syaiful Munir, Zaenal Fatah, Fanny Ferdian, Indra W



2.3 MANAJEMEN OPERASIONAL

2.3.1 TUGAS DAN TANGGUNG JAWAB SETIAP PERSONIL

a. Coordinator Desain Grafis

Bertugas mengkoordinir langsung semua personil tim desain grafis termasuk membuat jadwal dan pembagian tugas setiap personil serta

membantu dan mendampingi pada waktu layout bersama editor. Bertanggung jawab langsung kepada redaktur atas segala sesuatu yang terjadi pada halaman, seperti kesalahan foto yang tidak sesuai, kesalahan format, keterlambatan pengiriman, dan baik buruknya desain halaman.

b. Desainer Grafis dan ilustrator

Bertugas mendesain halaman berupa rough desain, menentukan foto A (foto utama yang mendukung berita) membuat semua ilustrasi , dan mendesain iklan.

c. Layouter

Bertugas mengatur halaman, meyyusun berita serta mengedit foto untuk selanjutnya di desain menjadi sebuah layout.

2.4 URUTAN PROSES KERJA

A. Rapat Redaksi

Rapat redaksi merupakan tahap awal dari proses kerja penentuan isi berita Koran Radar Surabaya. Dalam rapat ini membahas tentang penentuan Tema Rubrik dan jadwal naik cetak.

B. Pembuatan Iklan

Setelah materi dari klien diserahkan oleh tenaga marketing kepada staf desain. Selanjutnya dilakukan pembuatan iklan berdasarkan kriteria- kriteria

yang diinginkan oleh klien. Proses pembuatan ini biasanya melalui eksekusi langsung pada media Corel Draw dan Adobe Phothoshop tanpa melakukan sketsa terlebih dahulu. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan iklan adalah komposisi teks, warna, ukuran teks, kualitas gambar (bahan), dan tipografi.

C. Dummy (Proses Evaluasi Desain)

Dummy merupakan hasil beberapa cetakan dari desain iklan yang sudah dibuat kertas ukuran A4. Dummy ini kemudian ditunjukkan kepada klien untuk mendapatkan keputusan dari klien apakah sudah seperti yang diinginkan sebelumnya.

Setelah melalui proses Dummy bila ada klien menginginkan perubahan desain maka dilakukan proses revisi, yaitu perbaikan desain sebelumnya. Setelah semua rubrik dan iklan telah selesai dibuat maka akan dilakukan evaluasi menyeluruh untuk mengoreksi apa saja kekurangan dan kesalahan yang ditemui, dan bila ditemukan adanya kesalahan maka akan dilakukan revisi kembali sampai benar-benar sempurna 100%.

D. Final Layout

Final layout penyusun halaman secara keseluruhan yang akan diserahkan ke percetakan dalam bentuk kelompok hitam putih dan berwarna.

E. Percetakan

Mencetak semua desain-desain yang sudah di evaluasi rapid an sempurna

F. Distribusi

Setelah hasil cetak sudah selesai, maka Koran sudah siap untuk diedarkan di pagi hari.

2.5 LOGO PERUSAHAAN