BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Sejarah Harian Umum Pikiran Rakyat

Harian Umum (HU) Pikiran Rakyat dilahirkan untuk menjadi tuan rumah yang dominan di Jawa Barat. Ia diupayakan untuk dapat hidup dalam masa yang panjang, bahkan kalau mungkin sepanjang masa. Dikelola oleh generasi terbaik di zamannya, surat kabar ini diyakini akan terus maju, tumbuh dan berkembang baik sebagai institusi sosial maupun bisnis.

Pada bulan Januari 1966, di Kota Bandung terdapat sejumlah wartawan yang kehilangan pekerjaan, akibat koran milik Bandung N.V. Bernama Pikiran Rakyat berhenti terbit. Koran yang pertama kali terbit pada 30 Mei 1950 ini harus berhenti karena terlambat memenuhi ketentuan yang mengharuskan setiap koran untuk berafiliasi dengan salah satu kekuatan politik atau memilih bergabung dengan koran yang telah ditentukan oleh Departemen Penerangan.

Atas dorongan Panglima Kodam (Pangdam) Siliwangi Ibrahim Adjie pada waktu itu, wartawan-wartawan tadi yang diwakili Sakti Alamsyah dan Atang Ruswita menerbitkan Koran Angkatan Bersenjata edisi Jawa Barat. Nomor perdana yang terbit pada 24 Maret 1966 ini

bertepatan dengan peringatan ke-20 peristiwa heroik Bandung Lautan Api.

Namun belum genap setahun koran ini terbit, Menteri Penerangan mancabut kembali peraturannya tentang keharusan berafiliasi. Pangdam Siliwangi pun serta merta melepas sepenuhnya ketergantungan koran ini dengan kodam. Seiring dengan keputusan ini pula, terhitung 24 Maret 1967, Harian Angkatan Bersenjata edisi Jawa Barat berganti nama menjadi Harian Umum (HU) Pikiran Rakyat k emudian dikenal dengan singkatan "PR" hingga saat ini. Enam tahun pertama sejak masa kelahirannya, bisa dikatakan merupakan masa-masa penuh keprihatinan. Kantor maupun peralatan cetak dan tulis bukanlah milik Pikiran Rakyat.

Pada masa ini, Pikiran Rakyat pun tak pernah lebih dari 20.000 eksemplar per harinya. Namun berkat kegigihan dan keuletan yang didasari jiwa idealisme para perintis saat itu, Pikiran Rakyat secara pasti terus mendapatkan tempat di hati pembacanya. Pada 9 April 1973, bentuk badan hukumnya pun di ubah dari yayasan menjadi perseroan terbatas dengan nama PT Pikiran Rakyat Bandung.

Menyusul perubahan status perusahaan, Pikiran Rakyat segera menata diri. Nilai-nilai idealisme dan etika jurnalistik dipadukan dengan manajemen bisnis layaknya sebuah perusahaan modern. Awal tahun 1974, Pikiran Rakyat mencatat peristiwa penting. Untuk pertama

kalinya perusahaan berhasil melengkapi diri dengan sarana percetakan *offset* yang dibeli dari bantuan BRI. Mesin cetak ini mampu mencetak koran sebanyak 25.000 eksemplar per jam.

Sejak tahun itu pula distribusi Pikiran Rakyat dapat merambah ke seluruh pelosok Jawa Barat dan memantapkan diri sebagai korannya orang Jawa Barat, sekaligus yang terbesar di provinsi ini. Padahal sebelumnya, dalam kurun waktu 1967-1973, koran-koran berskala nasional terbitan Jakarta yang mendominasi distribusi koran di Jawa Barat.

Antara tahun 1975-1986 Pikiran Rakyat sempat beredar ke seluruh pelosok nusantara, jadilah Pikiran Rakyat koran nasional yang terbit di daerah - daerah. Bahkan Pikiran Rakyat sempat beredar sampai Kuala Lumpur, Malaysia, dan Brunei Darussalam. Pada tahun 1986 Pikiran Rakyat kembali menjadi koran regional berbasis provinsi (Jawa Barat), walaupun sebagian tirasnya beredar di luar Jawa Barat seperti DKI Jakarta, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan beberapa provinsi lainnya.

Pada perkembangan selanjutnya, lembaga ini menjadi identik dengan milik warga Jawa Barat (jabar). Dari aspek bisnis pun terjadi pertumbuhan yang signifikan. Dari rahimnya kemudian lahir PT Granesia (perusahaan, percetakan dan penerbitan yang tak hanya

mencetak Pikiran Rakyat), lalu secara berturut-turut Mitra Bisnis (semula bernama Mitra Desa), tabloid berbahasa Sunda Galura dan surat kabar Mitra Dialog yang berkedudukan di Cirebon.

Pada tahun 1999, sejalan dengan asas otonomi daerah tingkat dua, Pikiran Rakyat menangkap peluang yang baik sehingga terbitlah Harian Umum Galamedia sebagai koran lokal Bandung, Pakuan yang terbit di Bogor, Priangan yang terbit di Tasikmalaya, dan Fajar Banten di Serang. Perusahaan pun kemudian menangani Radio Parahyangan yang kemudian berganti nama hingga saat ini menjadi Mustika FM.

1.1.2 Logo Harian Umum (HU) Pikiran Rakyat

Logo HU Pikiran rakyat adalah sebagai berikut :

HARIAN UMUM

Pikiran Rakyat

DARI RAKYAT - OLEH RAKYAT - UNTUK RAKYAT

Sumber: HU Pikiran Rakyat

Logo diatas mengandung arti kesatuan dari jargon yang diusung surat kabar tersebut yaitu **DARI RAKYAT-OLEH RAKYAT-UNTUK RAKYAT.** Maka dari itulah muncul logo Pikiran Rakyat.

1.2 Sejarah Divisi Redaksi Harian Umum Pikiram Rakyat

Redaksi dalam sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penerbitan surat kabar atau yang berkaitan dengan kegiatan jurnalistik, merupakan bagian yang dapat diibaratkan sebagai organ tubuh manusia yang paling vital, yaitu jantung. Perusahaan penerbitan surat kabar tidak akan pernah bisa menjalankan kegiatan tanpa adanya bagian redaksi. Bagian ini menjadi bagian yang menentukan kelangsungan hidup sebuah perusahaan penerbitan surat kabar. Di bagian ini pula semua kegiatan penting berjalan.

Seiring dengan lahirnya Harian Umum Pikiran Rakyat pada tanggal 24 Maret 1967, sejak terbit perubahan nama dari Harian Angkatan Bersenjata, maka redaksi Harian Umum Pikiran Rakyat pun berdiri. Untuk mewadahi hasil kerja dari para jurnalistik. Dan sampai saat ini redaksi Harian Umum Pikiran Rakyat sudah banyak berkembang demi menyesuaikan dengan zaman keterbukaan informasi sekarang ini, untuk menjadi yang terbaik di Jawa Barat.

1.2.1 Visi Harian Umum Pikiran Rakyat

HU Pikiran Rakyat mempunyai enam visi, diantaranya:

1. HU Pikiran Rakyat yang bercikal bakal Harian Angkatan Bersenjata Edisi Jawa Barat yang dilahirkan pada tanggal 24 Maret 1966 untuk dapat hidup dalam masa yang panjang, bahkan kalau mungkin sepanjang masa. Yang diwarisi oleh generasi demi generasi sebagai surat kabar yang terus maju, tumbuh dan berkembang menjadi tambah besar, baik sebagai institusi sosial maupun institusi bisnis.
2. Sebagai institusi sosial, HU Pikiran Rakyat dilahirkan untuk menjadi dan dijadikan wahana ibadah kepada Allah SWT, sekaligus wahana pengabdian kepada masyarakat, bangsa dan negara.
3. Sebagai institusi bisnis HU Pikiran Rakyat dilahirkan untuk menjadi dan dijadikan wahana bisnis yang mampu meraih sebesar-besarnya pendapatan dan laba. Sebagai institusi bisnis HU Pikiran Rakyat harus dikelola dengan bertaat azas pada kaidah-kaidah manajemen perusahaan yang baku, serta mampu memenuhi keempat unsur *marketing mix* yang terdiri dari *product, price, place,* dan *promotion.*
4. Kinerja HU Pikiran Rakyat sebagai institusi sosial sangat bergantung pada kinerja yang dicapai oleh manajemen dan jajaran terkait dalam mengelola HU Pikiran Rakyat sebagai institusi bisnis. Sebaliknya, kinerja HU Pikiran Rakyat sebagai institusi bisnis sangat bergantung

pada kemampuan kinerja manajemen dan jajaran terkait menjadikan HU Pikiran Rakyat sebagai produk idiil yang laku dijual. Karena itu pengelolaan HU Pikiran Rakyat sebagai institusi sosial dan pengelolaannya sebagai institusi bisnis harus dilaksanakan berdasarkan hubungan interpendensi yang saling mengisi da saling menunjang. Pengelolaan kedua aspek idiil dan aspek bisnis komersial harus dilaksanakan satu kesatuan strategi yang komprehensif-integral.

5. HU Pikiran Rakyat dilahirkan untuk diupayakan, agar menjadi Tuan Rumah yang dominan di daerahnya sendiri, di Jawa Barat yang memang memiliki potensi sangat besar untuk menunjang eksistensi dan penumbuh kembangan surat kabar. Karena itu HU Pikiran Rakyat harus diupayakan menjadi surat kabar yang menyebar seluas-luasnya dan paling luas penyebarannya, di Jawa Barat, dibaca oleh sebanyak-banyaknya orang dengan tiras terjual sebesar-besarnya, menjadi pilihan sebanyak-banyaknya pengguna jasa iklan denga volume *space* iklan terjual sebesar-besaarnya dan menghasilkan pendapatan sebesar-besarnya pula.
6. Penyelenggaraan HU Pikiran Rakyat sebagai institusi sosial dan penyelenggaraannya sebagai institusi bisnis harus dilaksanakan berdasarkan hubungan interdependensi yang saling mengisi dan saling menunjang. Karena itu segala sesuatunya harus dilaksanakan secara

terpadu dan sinkron dalam kerangka satu kesatuan strategi yang komprehensif-integral.

1.2.2 Misi Harian Umum Pikiran Rakyat

Sebagi institusi sosial HU Pikiran Rakyat dilahirkan untuk bekiprah dan berperan serta dalam pembangunan bangsa dan negara, khususnya di Jawa Barat, termasuk pembangunan kualitas manusianya yang mencakup :

1. Kualitas keimanan dan ketaqwaannya kepada Tuhan Yang Maha Esa, serta ketaatannya melaksanakan segala yang diperintahkan-Nya dan menjauhi segala yang dilarang-Nya.
2. Kualitas pemahaman dan penghayatannya atas nilai-nilai luhur Pancasila, serta komitmen untuk mengamalkannya di dalam kehidupan pribadi dan kehidupan bermasyarakat.
3. Kualitas pemahaman dan penghayatannya atas kewajiban-kewajibannya dan hak-haknya sebagai warga negara, serta komitmen untuk melaksanakan kewajiban-kewajibannya serta mengupayakan/memperjuangkan pemenuhan hak-haknya itu.
4. Kualitas kehidupan secara materiil, serta mamilki etos kerja untuk berupaya mewujudkannya.
5. Kualitas kesehatan, wawasan, pengetahuan dan keterampilan, serta moral yang amanah (jujur,adil, percaya diri, dan terpercaya),

sehingga menjadi manusia yang dalam bahasa Sunda disebut *cageur, bener, bageur, pinter, jeung singer.*

1.3 Profil Harian Umum Pikiran Rakyat

Nama Perusahaan	: PT Pikiran Rakyat Bandung
Alamat Perusahaan Pusat	: Jln. Asia Afrika No. 77 Bandung 40111
Alamat Redaksi	: Jln. Soekarno-Hatta No. 147 Bandung 40223
Telepon dan Faksimile:-Pusat	: 022-4201634 / 4219194 Fax 022-42030632 / 420 4720 -Redaksi 022-6037755 -Hunting Fax 022-6031004 / 6002751
URL	: http://www.pikiran-rakyat.com Email : redaksi@pikiran-rakyat.com
Jenis Usaha	: Percetakan, Penerbitan, Surat Kabar dan Radio
Tahun didirikan	: 24 Maret 1967
Bentuk Usaha	: Perseroan Terbatas

Spesifikasi : - Format : Surat Kabar

- Terbit : Setiap Hari

(termasukterminggu)

- Halaman : Bervariasi antara 28 s/d

32hal

- Tiras : 185.000 eks/hari

Gambar 1.1

Gambar 1.2

1.4 Struktur Perusahaan

- Pemimpin Umum : Joko Hendrarto
- Pemimpin Redaksi/ Penanggung Jawab : H. Budhiana Kartawijaya
- Wakil Pemimpin Redaksi : H. Uyun Achadiat
- Dewan Redaksi : H. Dalius,
  H. Syafi Umar,
  H. Perdana Alamsyah,
  H. Januar P Ruswita,
  H. Yoyo S Adiredja,
  H.Widodo Asmowiyoto,
  H.M Ridlo Eisy,
  Bambang Triadji,
  H. Endang Supriatna,
  H. Budhiana. Kartawijaya
- Redaktur Pelaksana : Dikdo Maruto,
  Hari Pramono,
  Muhtar,
  H. Noe Firman Rachmat

- Redaktur : H. Bambang Priambodo,
  Cepi Yuniar,
  Dedi Suhaeri.
  Dadang Hermawan,
  Dede Sudrajat,
  Dendi Sundayana,
  Deni Hamdani,
  Erwin Kustiman,
  Harry Surjana (Foto),
  R. A. Fajar Awanto,
  Moch. Panegak Budi
  Imam Jahrudin Priyanto,
  Johnny F Tamaela,
  H. Karya Gunawan,
  H. Noe Firman Rachmat,
  Malia Mildawani,
  Samuel Lantu,
  Ida Farida
  H. Suherlan,
  H. Yeni Endah Pertiwi.

- Kepala Biro Redaksi Jakarta : H. Satrio Widianto.
- Pusat Data Redaksi : Tendy K Somantri
- Kepala Sektretariat Redaksi : Dede Sudrajat.

Berdasarkan data yang diperoleh, Harian Umum Pikiran Rakyat dipimpin oleh seorang pemimpin umum yang membawahi bagian redaksi, TU, Personalia, dan Riset (Penelitian dan Pengembangan).

Bagian redaksi dipimpin oleh seorang pemimpin redaksi, dalam hal jabatannya pemimpin redaksi dijabat rangkap oleh manajer divisi redaksi dan harus diangkat pula. Wakil pemimpin redaksi yang berfungsi sebagai pemimpin harian redaksi, dipersamakan dengan manajer kepala bagian.

Pemimpin Redaksi harian mengemban tugas, wewenang, dan tanggung jawab:

- Membantu manajer atau kepala divisi redaksi merumuskan penjabaran strategi kebijaksanaan, dan program perusahaan, serta menyusun rencana anggaran belanja divisi redaksi.
- Membantu manajer atau kepala divisi redaksi memimpin, mengkoordinasikan, mengawasi, dan mengembalikan pelaksanaan

tugas, wewenang dan tanggung jawab divisi redaksi, khususnya di bidang redaksi.

- Menjabarkan strategi, kebijaksanaan, dan program perusahaan di bidang redaksional.
- Menyusun dan mengajukan kepada manajer (kepala divisi redaksi) rencana anggaran bahasa bagian redaksi, baik untuk keperluan operasional maupun untuk pemenuhan akan Sumber Daya Manusia (SDM), sarana dan prasarana.
- Memimpin, mengkoordinasikan, mengawasi, mengendalikan, pelaksanaan strategi, kebijakan dan program, serta penggunaan aanggaran belanja bagian redaksi.
- Membina dan mengembangkan SDM di bidang redaksi baik aspek idealisme, dan profesionalisme, maupun aspek tanggung jawab, kedisiplinan, dedikasi, loyalitas, kejujuran, kerukunan, kebersamaan, kegotong royongan serta kesetiakawanan.
- Menumbuhkan dan memelihara kegairahan dan kenyamanan, memberikan instruksi dan petunjuk, maupun teguran dan peringatan kepada unsur-unsur pemimpin dan karyawan di lingkungan bagian redaksi.
- Mengusulkan kepada manajer atau kepala divisi redaksi, pemberian penghargaan dan hukuman terhadap karyawan divisi redaksi.

- Pemimpin redaksi menerima instruksi dan bertanggung jawab terhadap direksi, pemimpin umum melalui kepala divisi redaksi serta memberikan instruksi dan menerima laporan dari unsur pemimpin yang di bawahnya.

Adapun tingkat jabatan redaktur pelaksana dipersamakan wakil pemimpin bagian pemimpin redaksi, pemimpin harian redaksi, dibantu unsur-unsur pemimpin setingkat kepala urusan yang terdiri dari :

- Redaktur Bandung Raya
- Redaktur Daerah Jabar
- Redaktur Nasional
- Redaktur Nusantara
- Redaktur Ekuindag (ekonomi, keuangan, industri, perdagangan, dan pertanian)
- Redaktur Internasional
- Redaktur Olahraga
- Redaktur Artikel
- Redaktur “PR” Minggu
- Redaktur Foto
- Redaktur Malam
- Kepala urusan monitoring
- Kepala urusan dokumentasi

- Kepala sekretariat redaksi

1.5. Job Description Perusahaan

A. Bagian Redaksi

Kerjasama dengan berbagai redaksi sangat penting karena menyangkut publisitas yang bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai produk maupun kelembagaan sehingga masyarakat semakin percaya pada produk maupun jasa yang ditawarkan dan akan berdampak pada peningkatan tiras dan iklan.

Kerjasama dalam bentuk:

1. *Press release*
2. Liputan kegiatan *intern* maupun *ekstern* yang melibatkan perusahaan baik dalam

   bentuk tulisan maupun foto.

B. Bagian iklan

1. Penggunaan bartet iklan sebagai upaya meningkatkan kerjasama saling menguntungkan dengan kompensasi yang menguntungkan bagi perusahaan
2. Pembuatan PR *Advertising* yaitu iklan yang ditujukan kepada masyarakat dengan

tujuan menjelaskan/menyampaikan hal-hal mengenai perusahaan yang layak

diketahui, jadi lebih sekedar pengumuman biasa.

C. Bagian Sirkulasi

1. Membenahi dan mengaktifkan Kelompok Pembaca PR (KPPR) dengan jalan :

a. Kunjungan untuk melakukan dialog langsung sehingga dapat kita ketahui sejauh mana perkembangan KPPR.

b. Melengkapi kepustakaan KPPR dengan jalan mencari donatur/relasi yang dapat menyumbangkan buku-buku.

c. Pembentukan KPPR baru di KAB2 yang belum memiliki KPPR/di KAB yang dirasa perlu dikembangkan lagi.

2. Pembinaan agen dan loper :

a. Secara rutin, setiap tahun PR memberikan beasiswa bagi putra-putri agen, loper, dan pengecer.

b. Memberikan hadiah ONH untuk agen berprestasi.

c. Setiap tahun diadakan acara yang bersifat rekreatif atau mudik lebaran bersama.

D. BP-2 (Badan Penelitian dan Pengembangan)

Dalam rangka wawasan dan pengetahuan, menyelenggarakan seminar/semikola, studi banding, *in house training* dan berbagai kegiatan pendidikan lainnya.

E. Bidang Promosi/Pemasaran

Kegiatan promosi bertujuan untuk memperkenalkan produk atau jasa dengan cara persuasif sedangkan kegiatan humas berfungsi mendekatkan konsumen/publik sasarannya kepada perusahaan dengan cara mempengaruhi opini dan persepsi masyarakat dengan menciptakan citra positif dalam masyarakat. Karena humas harus melibatkan dalam berbagai kegiatan promosi, seperti :

1. Pameran merupakan salah satu media efektif untuk promosi eksistensi.
2. *Sponsorship*: berpartisipasi dalam program/kegiatan sosial yang akan memberikan nilai tambah, hal berkaitan dengan komitmen bahwa Pikiran Rakyat bukan hanya sebagai institusi bisnis saja tapi juga institusi sosial. Namun kita harus lebih seefektif memilih proposal/program yang ditawarkan.
3. Pembuatan *Profile Company*.
4. Pembuatan *leaflet*/brosur
5. Pembuatan cendera mata yang inovatif dan mewakili citra perusahaan.

Kita dapat melihat bahwa dewasa ini masyarakat mempunyai kecenderungan mengoleksi benda - benda dari perusahaan besar

tertentu, misalnya: Coca-cola, Mc Donald's, RCTI, dan lain-lain.

6. Mengadakan kegiatan bakti sosial: sumbangan korban bencana alam, pembagian sembako, pengobatan gratis untuk masyarakat tidak mampu.

F. Bagian personalia

Hambatan-hambatan komunikasi yang terjadi dilingkungan kerja perusahaan, secara langsung atau tidak langsung akan berakibat buruk pada perusahaan. Untuk itu perlu dibuat program-program yang cukup efektif untuk membentuk dan membina hubungan harmonis antara unsur pimpinan dengan karyawan atau hubungan antarkaryawan itu sendiri.

G. Humas

Ruang lingkup aktivitas PR/Humas meliputi :

1. Membina hubungan kedalam (*internal public*) Publik internal yang dimaksudkan adalah publik yang merupakan bagian dari satu unit, badan, perusahaan.
2. Mampu mengidentifikasikan hal-hal yang menimbulkan gambaran positif maupun negatif di dalam masyarakat, sebagai kebijaksanaan yang dijalankan oleh suatu perusahaan maupun organisasi.
3. Membina eksternal yang dimaksud adalah publik umum (masyarakat) yang mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran tentang suatu yang baik terhadap publik yang diawalinya.
4. Meningkatkan koordinasi/kerjasama dengan relasi, meliputi:

A. Bekerjasama dengan organisasi-organisasi kehumasan, misalnya: Bako Humas, Perhumasan (Perhimpinan Hubungan Masyarakat) Bandung, PHRI (Pehimpunan Hotel & Restoran). Hubungan dengan para praktisi Humas tersebut sangat menguntungkan bagi peningkatan tiras dan iklan karena mereka merupakan pengambil keputusan dalam hal menentukan media promosi

B. Bekerjasama dengan organisasi-organisasi sosial kemasyarakatan, misalnya: Daarut Tauhid, DSUQ, Selasar, dan lain-lain.

C. Bekerjasama dengan media cetak dan elektronik, misalnya: TVRI, RCTI, Kompas, dan lain-lain.

5. Menerbitkan Jurnal Intern ”mediator”

Dari serangkaian program kerja humas PT Pikiran Rakyat selalu mengadakan kegiatan-kegiatan dalam rangka mencapai hubungan yang harmonis dalam kesehariannya, baik antara internal perusahaan, maupun eksternal perusahaan.

Menurut analisa penulis humas PT PRB sudah dapat melakukan apa yang menjadi kegiatan Pikiran Rakyat sehari-hari yang harus dilakukan untuk mencapai suatu perubahan yang bersifat tetap/memajukan nilai-nilai positif bagi PT Pikiran Rakyat sendiri, dan dapat menciptakan citra yang baik dalam hubungan masyarakat dan karyawan perusahaan.

H. Radio Mustika-FM

Sebagai salah satu bidang usaha dibawah naungan Pikiran Rakyat, selain ini bekerjasama dengan Radio Mustika FM belum digarap secara maksimal, padahal sebagai media elektronik yang mempunyai jangkaun cukup luas, radio dapat digunakan sebagai media yang dapat mendukung publisitas kegiatan Pikiran Rakyat.

Tugas-tugasnya:

1. Komisaris: Memonitor Direktur Utama.
2. Direktur utama: Menjalankan perusahaan, melakukan kebijakan perusahaan hasil Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).
3. Direktur Keuangan dan SDM Bertanggung jawab kepada terpelihranya anggaran dan cadangan keuangan perusahaan
4. Direktur Pemasaran Bertanggung jawab kepada kebijakan pemasaran yang dilakukan oleh bagian Iklan, Sirkulasi, dan Marcomm.
5. Sekretaris: Mencatat, membukukan kegiatan keadministrasian karyawan .
6. Sekretaris Perusahaan mencatat agenda perusahaan.
7. Keuangan: Melaporkan catatan keuangan kepada Direktur Keuangan
8. Akuntansi: Mencatat data keuangan perusahaan perperiodik
9. SDM: Mengurus masalah kekaryawanan, pengembangan karier karyawan, kesejeahteraan karyawan, menjalankan kebijakan perusahaan yang berhubungan dengan karyawan. Tunjangan Hari

Raya, Cuti, dan sebagainya.

10. Produksi: Mengamankan proses cetak, menyediakan bahan baku cetak, mendistribusikan koran ke bagian Sirkulasi
11. Perencanaan dan pengembangan: Mengamati situasi persaingan, menetapkan kenaikan harga koran, menetapkan kebijakan startegi perusahaan.
12. Teknologi Informatika: *Support* komputeriasi di lingkungan PT PRB, mengamakan/membuat *back-up* data perusahaan, secara periodik melakukan *upgrade* program/*software* di perusahaan.
13. Hukum: Mencatatkan asset perusahaan di kantor notariat, memelihara dan menginventarisasi asset perusahaan.

1.6 Sarana dan Prasarana

Untuk menunjang pekerjaan wartawan dalam mencari dan mengolah berita, kantor Redaksi Hariam Umum (HU) Pikiran Rakyat memfasilitasi sarana dan prasarana, meliputi:

Tabel 1.1

Sarana dan Prasarana di HU Pikiran Rakyat

No.	Sarana dan Prasarana	Jumlah (Unit)
1.	Kendaraan Operasional	20
2.	Komputer	120
3.	Televisi	9
4.	Kamera *Single Lens Reflex* (SLR) digital	5
5.	Kamera *digital* 5 *mega pixel*	54
6.	*Tape recorder*	5
7.	*Handycam*	3
8.	Ruang rapat redaksi	1
9.	Perpustakaan	1
10.	Aula	1
11.	Mushola	1
12.	Mesin cuci	1

13.	Ruang tamu	1
14.	Tempat parkir	2
15.	*White board*	1
16.	Kantin	1
17.	Kamar mandi	4
18.	Telepon	1
19.	*Faximile*	2
20.	Dispenser	10

Sumber: Data Redaksi Pikiran Rakyat, 2011

1.7. Pembagian Halaman Pikiran Rakyat

1.7.1. Halaman Utama

a. Halaman Muka

Berita-berita utama terkini yang datang dari dalam dan luar negeri hingga pukul 00.00 WIB akan ter-*cover* secara lengkap pada halaman ini. bagaikan etalase, halaman ini memunculkan peristiwa-peristiwa terbaik dan menarik yang datang dari berbagai kota. Belum lagi sentuhan *Human Interest* yang bisa didapatkan dari *popnews* yang terletak pada bagian bawah (kaki) halaman.

b. Bandung Raya

Bandung adalah Ibu Kota Provinsi Jawa Barat yang sekaligus juga rumah bagi Harian Umum Pikiran Rakyat. Tak heran bila kemudian kami "Menasbihkan" adagium "Tak ada jauh jatuh di Bandung yang tak diketahui wartawan Pikiran Rakyat", dan dengan mencakup Wilayah Kota Bandung, Kab. Bandung dan Kota Cimahi, halaman ini adalah pasar yang sangat menentukan.

c. Cirebon & Purwasuka

Wilayah di utara Jawa Barat, atau lebih dikenal dengan sebutan Pantura (Pantai Utara) mulai dari Karawang, Purwakarta, Subang, Indramayu, Cirebon, Majalengka, dan Kuningan memperoleh porsi pemberitaan yang signifkan. Dinamika masyarakat yang ada di wilayah ini bahkan kerap di tempatkan pada halaman 1 (utama).

d. Wilayah Bogor

Kota-kota di wilayah eks-karesidenan Bogor, yakni Depok, Bogor, Sukabumi dan Cianjur, adalah kawasan yang terus berkembang dengan kompleksitas permasalahan yang begitu dinamis. Ini adalah wilayah yang berbatasan langsung dengan hiruk-pikuknya Ibu Kota Jakarta.

e. Wilayah Priangan

Tidak dapat dipungkiri, wilayah priangan merupakan basis kedua Pikiran Rakyat setelah Bandung Raya. Warga Tasikmalaya, Garut, Ciamis, Banjar, dan Sumedang sudah lama diidentikkan dengan konsumen setia koran ini. tak heran bila porsi pemberitaan dari kawasan ini pula termasuk dominan.

f. Nusantara

Halaman ini memotret perkembangan yang terjadi seantero nusantara, termasuk Ibu Kota Jakarta. Anda tak perlu khawatir tertinggal untuk mengetahui peristiwa menarik apapun di empat penjuru angin Indonesia.

g. Ekonomi & Keuangan

Anda pelaku bisnis, pengamat ekonomi ataupun orang awam sekalipun, tak akan pernah kekurangan informasi yang berkaitan dengan perkembangan ekonomi dan keuangan. Di halaman ini, hal-hal yang berkaitan dengan pasar, uang, valuta, atau ekonomi umum, dikupas dengan gamblang.

h. Luar Negeri

Dengan didukung sejumlah kantor berita asing, halaman ini mengupas peristiwa penting apapun yan dialami manusia di belahan bumi manapun. Tak jarang pula wartawan Pikiran Rakyat dikirim langsung ke mancanegara untuk meliput peristiwa-peristiwa berskala global.

i. Pendidikan

Kita tak bisa memungkiri, pendidikan adalah invesati masa depan. Karena itulah, Pikiran Rakyat menyajikan fenomena apapun yang terjadi didunia pendidikan pada halaman tersendiri. Berbagai persoalan yang terjadi di level pendidikan dasar, menengah hingga tinggi, tak akan luput dari pantauan kami.

j. Olahraga

Olahraga, tak pelak lagi, tetap menjadi favorit bagi pembaca yang tak mengenal strata usia, jenis kelamin, pendidikan ataupun penghasilan. Olahraga adalah universal, dan karenanya Pikiran Rakyat pun selalu secara lengkap dan mendetail menyajikannya, entah itu berskala lokal, nasional, maupun global.

1.7.2 Halaman Suplemen Pikiran Rakyat

a. Teropong

Isu-isu politik, Hukum, Agama, dan Pendidikan yang paling menonjol di pekan ini, akan ditarik menjadi laporan utama TEROPONG. Laporannya disajikan secara holistik dan komprehensif, karena dilengkapi dengan analisis cerdas dari pakar, wawancara ekslusif dengan tokoh berkompeten serta pandangan yang pro dan kontra terhadap satu persoalan krusial.

b. Belia

Suplemen ini dibidani oleh pekerja-pekerja cakap dibidangnya, sehingga tulisan-tulisan menarik tentang dunia ABG (Anak Baru Gede) dan remaja bisa kita temukan. Lewat susunan kalimat khas kaum belia, disajikan secara apik tips, trend dan budaya pop yang perlu diketahui generasinya "*Teenagers*" sebelum mereka bergaul dengan sesamanya.

c. Gelora

Dengan delapan halaman yang ada, nyaris tak ada even olahraga tingkat lokal, nasional, maupun internasional yang tak ter-*cover* secara mendalam. Analisis dari ahli, atlet ataupun dokter olahraga akan bisa ditemui di sini. Jutaan penggemar Persib pun akan terpuaskan oleh liputan mengenai klub kesayangan warga Bandung ini.

d. Cakrawala

Anda sulit untuk mengikuti dan mengerti teknolgi mutakhir ataupun perkembangan ilmu pengetahuan dunia? Istilah-istilah kesehatan bergitu sulit dicerna? Semua itu akan terbantahkan saat anda membaca CAKRAWALA. Teori-teori yang "Njelimet" akan terjemahkan secara lugas dan mudah diaplikasikan.

e. Otokir

Pemberitaan mengenai otomotif selalu menarik perhatian khalayak pembaca. Perkembangan industri dan model kendaraan, fluktuasi harga, tips-tips singkat berkendaraan, ataupun aksesoris keluaran terakhir, digarap secara mendetail. Belum lagi laporan mengenai mesin kendaraan, keunggulan suatu produk sampai hobi otomotif.

f. Hikmah

Suplemen ini memperoleh tempat di hati dan pikiran pembaca khususnya dari kaum wanita. Banyak hal yang bersifat *human interest* dan menyentuh sisi kewanitaan dihadirkan secara menarik di sini. Begitu pula petunjuk-petunjuk ringkas bagaimana memelihara kesehatan, mendidik anak, memasak, berkebun, dan banyak lainnya, bisa kita temukan.

g. Khazanah

Penikmat maupun pekerja seni dan budaya memperoleh tempat yang sangat memadai. Suplemen ini adalah barometer perkembangan seni dan budaya. Esais, penyair dan pekerja seni ternama kerap mengisi rubrik-

rubriknya. Tentu saja bukan hanya jenis kesenian konvensional yang bisa ditemukan di sini, melainkan juga sifatnya kontemporer.

h. Peer Kecil

Hari minggu adalah waktu untuk PEER KECIL kita biasa menyebutnya PERCIL. Sajian edukatif dan menghibur bagi anak-anak disajikan dalam empat halaman khusus. Bukan hanya cerita-cerita anak yang menarik yang disajikan di sini, melainkan juga opini anak, animasi, belajar ilmu pengetahuan atau bahkan sekedar berfoto dengan gayanya.

1.8 Lokasi dan Waktu PKL

1.8.1 Lokasi

Lokasi Pelaksanaan Peraktek Kerja Lapangan bertempat di Kantor Pikiran Rakyat yang terletak di Jl. Soekarno-Hatta No 147 Bandung No.Telp:(022) 4201634. Faks: (022) 42030632 Email : pikiranrakyat@yahoo.com

1.8.2 Waktu

Kegiatan Peraktek Kerja Lapangan dilaksanakan mulai tanggal 25 juli 2011 sampai dengan 25agustus 2011 pukul 09.00 WIB sampai dengan pukul 20.00 WIB.