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, oplah 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 pun segera menata diri. Nilai-nilai idealisme dan etika jurnalistiknya dipadukan dengan manajemen bisnis layaknya sebuah perusahaan modern. Pada awal tahun 1974, Pikiran Rakyat mencatat peristiwa penting. Untuk pertama kalinya perusahaan berhasil melengkapi diri dengan sarana percetakan *offset* yang dibeli dari fasilitas PMDN dari bantuan BRI. Mesin cetak ini mampu mencetak koran sebanyak 25.000 eksemplar per jam.

Sejak tahun itu pula peredaran 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 peredaran koran Jawa Barat.

Antara tahun 1975-1986 Pikiran Rakyat sempat beredar ke seluruh pelosok nusantara, jadilah Pikiran Rakyat koran nasional yang terbit didaerah. 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 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 pun menangkap peluang yang mucul. Karena itulah kemudian 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.

Harian umum pikiran rakyat terdiri dari beberapa halaman utama dan halaman suplemen diantaranya :

- 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.

- 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.

- 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).

- 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.

- 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.

- 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.

- 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.

- 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.

- 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.

- 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.

  Halaman Suplemen merupakan halaman khusus bagi ilmu pengetahuan dunia dan sosial :

- 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.

- 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.

- 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.

- 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.

- 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.

- 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.

- 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.

- 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.

1.1.1 Visi dan Misi Harian Umum Pikiran Rakyat

A. Visi Harian Umum Pikiran Rakyat

HU Pikiran Rakyat mempunyai enam visi, diantaranya:

- HU Pikiran Rakyat yang bercikal bakal Harian Angkatan Bersenjata Edisi Jawa Barat yang dilahirkan pada tanggal 24 Maret 1966 untuk diupayakan, dapat hidup dalam masa yang panjang, bahkan kalau mungkin sepanjang masa. Diwarisi oleh generasi demi generasi sebagai surat kabar yang terus maju, tumbuh dan berkembang menjadi tambah besar, baik sebagai institusi sosial maupun institusi bisnis.
- Sebagai institusi sosial, HU Pikiran Rakyat dilahirkan untuk menjadi dan dijadikan wahana ibadah kepada Allah SWT, sekaligus wahana pengabdian kepada masyarakat, bangsa dan negara.
- 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.*
- 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 dan saling menunjang. Pengelolaan kedua aspek idiil dan aspek bisnis komersial harus dilaksanakan satu kesatuan strategi yang komprehensif-integral.

- 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.
- 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.

B. 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 :

- Kualitas keimanan dan ketaqwaannya kepada Tuhan Yang Maha Esa, serta ketaatannya melaksanakan segala yang diperintahkan-Nya dan menjauhi segala yang dilarang-Nya;
- Kualitas pemahaman dan penghayatannya atas nilai-nilai luhur Pancasila, serta komitmen untuk mengamalkannya di dalam kehidupan pribadi dan kehidupan bermasyarakat;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;
- Kualitas kehidupan secara materiil, serta mamilki etos kerja untuk berupaya mewujudkannya;
- 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.*

1.1.2 Logo dan Arti Harian Umum Pikiran Rakyat

A.Logo

Gambar 1.1

Logo Pikiran Rakyat



Sumber: Harian Umum Pikiran Rakyat 2011

B.Arti Logo

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

Bagian Redaksi dalam sebuah surat kabar perusahaan yang bergerak di bidang penerbitan struktur yang berkaitan dengan kegiatan jurnalistik, merupakan tulang punggung bagi perusahan surat kabar tersebut. Apabila di ibaratkan sebagai organ tubuh manusia yang paling penting atau vital yaitu jantung. Perusahaan penerbitan surat kabar tidak akan pernah bisa menjalankan kegiatannya tanpa adanya redaksi

bagaimana menjadi bagian yang menentukan kelangsungan hidup sebuah perusahaan surat kabar.

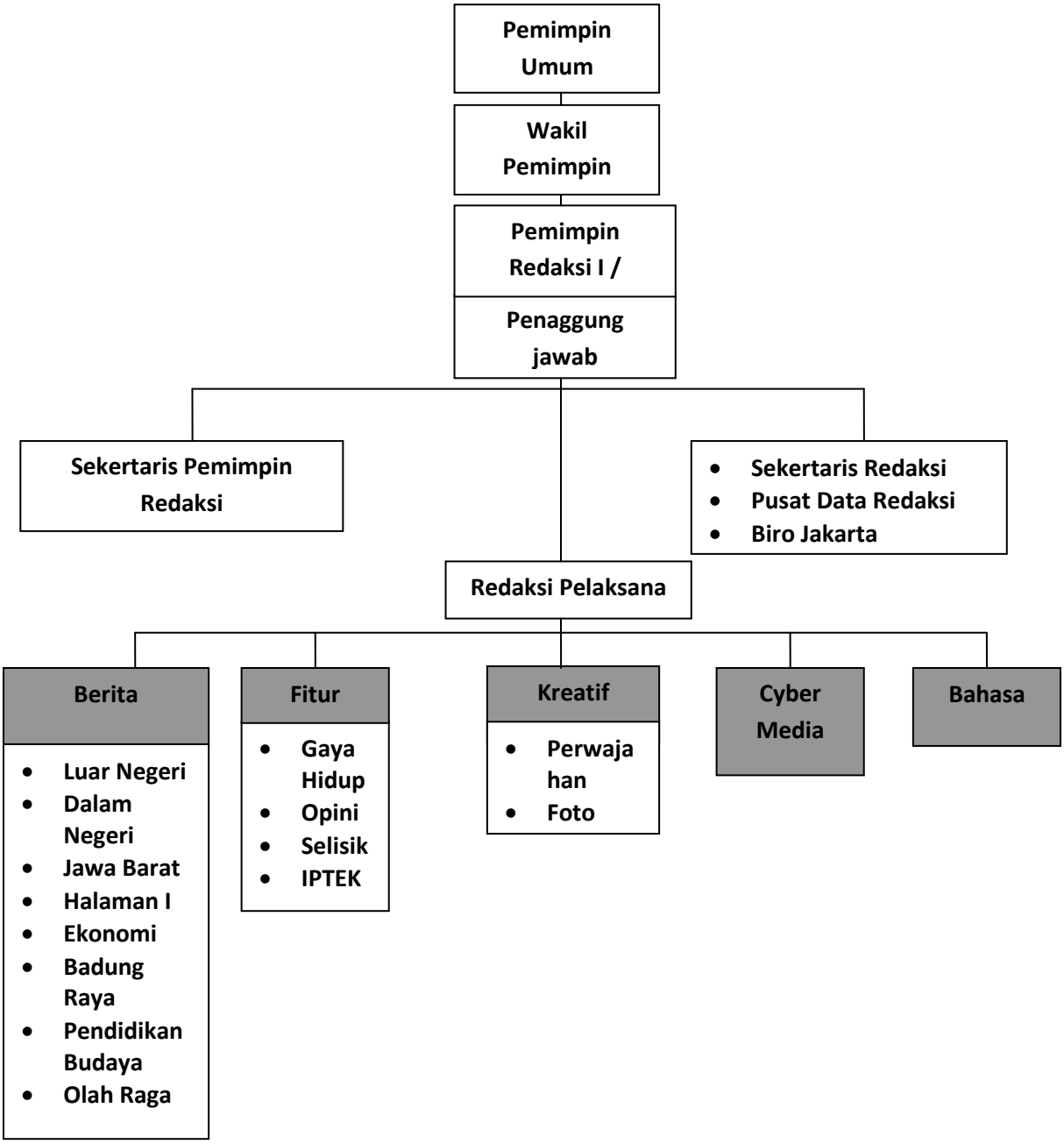
Sejarah bagian redaksi Harian Umum Pikiran Rakyat tidak lepas dari pertama kalinya berdirinya perusahaan penerbitan surat kabar ini pada 30 Mei 1950 karena jika sebuah surat kabar tidak mempunyai bagian redaksi maka perusahaan tersebut bukan merupakan perusahaan surat kabar .

Keberadaan bagian redaksi khususnya pada jajaran redaksional Harian Umum Pikiran Rakyat yang tampak seperti sekarang ini, Serta dapat menempatkan diri di hati para pembacanya khususnya di semua kalangan masyarakat. Harian Pagi Umum Pikiran Rakyat merupakan surat kabar yang terbit setiap hari, yang lebih mengkhususkan diri pada pemberitaan lokal yaitu kejadian yang terjadi di sekitar provinsi jawa barat saja. Sedangkan berita – berita yang sifatnya Nasional hanya lebih bersifat untuk melengkapi. Sedangkan sasaran pembacanya ditujukan untuk semua lapisan masyarakat, dengan lebih menekankan / memfokuskan pada konsumen semua lapisan menengah dan bawah. Penekanan jenis beritanya pada kejadian yang terjadi di daerah masing – masing yang berada di Provinsi Jawa Barat.

1.3 Struktur Harian Umum Pikiran Rakyat

Gambar 1.2

Stuktur Harian Umum Pikiran Rakyat



Sumber: Data Redaksi Harian Umum Pikiran Rakyat, 2011

1.3.1 Keterangan Struktur Harian Umum Pikiran Rakyat

- Pemimpin Umum : H. Syafik Umar
- Pemimpin Redaksi : H. Yoyo S Adiredja
- Wakil Pemimpin Redaksi : H. Budhiana
- Dewan Redaksi : H. Dalius, H. Syafik 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.
- Redaktur Pelaksana : Hari Pramono, Islaminur Pemprasa, Dikdo Maruto, Uyun achdiat
- Redaktur Senior : H. Rayendra Alamsyah, H. Bagoes Illen, H. MirzaZulhadi, H. Wawan Djuwarna, H. Suherlan, Soni FaridMaulana, Sugiyanto.
- Redaktur : H. Bambang Priambodo, Dadang Hermawan, Dede Sudrajat, Dendi Sundayana, Deni Hamdani, Dudi Sugandi (Foto), R. A. Fajar Awanto, Imam Jahrudin Priyanto, Johnny F Tamaela, H. Karya Gunawan, H. Noe Firman Rachmat, Refa Riana, Samuel Lantu, H. Wakhudin, Yeni Endah Pertiwi.
- Kepala Biro Redaksi Jakarta :H.Satrio Widianto .

- Pusat Data dan Analisis Redaksi :Tendy.KSomantri (Kepala), Ida Farida dan Enday Sudiat (Wakil).
- Kepala Sektretariat Redaksi : H. Nirwan Indra.

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

1.4 *Job Description* Harian Umum Pikiran Rakyat

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

- Melengkapi kepustakaan KPPR dengan jalan mencari donatur/relasi yang dapat menyumbangkan buku-buku.
- Pemben dirasa perlu dikembangkan lagi.

2. Pembinaan agen dan loper :
   - Secara rutin, setiap tahun PR memberikan beasiswa bagi putra-putri agen, loper, dan pengecer.
   - Memberikan hadiah ONH untuk agen berprestasi.
   - 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 :

- Pameran merupakan salah satu media efektif untuk promosi eksistensi.
- *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.
- Pembuatan *Profile Company.*
- Pembuatan *leaflet*/brosur
- 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.
- 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 antar karyawan 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:

- Komisaris: Memonitor Direktur Utama.
- Direktur utama: Menjalankan perusahaan, melakukan kebijakan perusahaan hasil Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

- Direktur Keuangan dan SDM Bertanggung jawab kepada terpeliharanya anggaran dan cadangan keuangan perusahaan
- Direktur Pemasaran Bertanggung jawab kepada kebijakan pemasaran yang dilakukan oleh bagian Iklan, Sirkulasi, dan Marcomm,
- Sekretaris: Mencatat, membukukan kegiatan keadministrasian karyawan
- Sekretaris Perusahaan mencatat agenda perusahaan
- Keuangan: Melaporkan catatan keuangan kepada Direktur Keuangan
- Akuntansi: Mencatat data keuangan perusahaan perperiodik
- SDM: Mengurus masalah kekaryawanan, pengembangan karier karyawan, kesejeahteraan karyawan, menjalankan kebijakan perusahaan yang berhubungan dengan karyawan. Tunjangan Hari Raya, Cuti, dan sebagainya.
- Produksi: Mengamankan proses cetak, menyediakan bahan baku cetak, mendistribusikan koran ke bagian Sirkulasi
- Perencanaan dan pengembangan: Mengamati situasi persaingan, menetapkan kenaikan harga koran, menetapkan kebijakan startegi perusahaan.
- Teknologi Informatika: *Support* komputeriasi di lingkungan PT PRB, mengamakan/membuat *back-up* data perusahaan, secara periodik melakukan *up-grade* program/*software* di perusahaan.

- Hukum: Mencatatkan asset perusahaan di kantor notariat, memelihara dan menginventarisasi asset perusahaan.

1.5 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

NO	Sarana dan Prasarana	Jumlah (Unit)
1.	Kendaraan Operasional	20
2.	Komputer	120
3.	Televisi	9
4.	Kamera *Single Lens Reflex* (SLR)	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(sistem pararel dan *hunting*)	1
19.	*Faximile*	2
20.	Dispenser	10

Sumber: Data Redaksi Pikiran Rakyat, 2011

1.6 Lokasi dan Waktu PKL

1.6.1. Lokasi

Alamat Perusahaan Pusat : Jl. Asia Afrika No. 77 Bandung 40111

Alamat Redaksi : Jl. Soekarno-Hatta No. 147 Bandung 40223

Telepon dan Faksimile : - Pusat 022-4201634 / 4219194 Fax 022-42030632 / 420 4720

URL : http://www.pikiran-rakyat.com

Email : redaksi@pikiran-rakyat.com

1.6.2. Waktu

Kegiatan Peraktek Kerja Lapangan dilaksanakan mulai tanggal 20 juli 2011 sampai dengan 18 agustus 2011 pukul 09.00 WIB sampai dengan pukul 20.00 WIB.