BAB III

OBJEK PENELITIAN

3.1 Tinjauan tentang Harian Umum Galamedia

3.1.1 Sejarah Perusahaan PT. Galamedia Bandung Perkasa (Grup Pikiran Rakyat)

Berdasarkan data yang diperoleh penulis dari bagian penelitian dan pengembangan PT. Galamedia Bandung Perkasa. Penulis akan mencoba menguraikan sejarah singkat dari berdirinya PT. Galamedia Bandung Perkasa.

PT. Galamedia Bandung Perkasa (Grup Pikiran Rakyat) yang salah satu unit usahanya adalah Harian Umum *Galamedia*, didirikan di Bandung pada tahun 1968. Di mana kegiatan usahanya khusus bergerak dalam bidang jurnalistik atau penerbitan surat kabar yang cakupan usahanya adalah lokal dengan kata lain daerah pemasarannya adalah Kota dan Kabupaten Bandung serta sekitarnya.

HU *Galamedia* semula muncul dari izin terbit Majalah Sunda *Tjempaka* yang diterbitkan oleh CV. Tjampaka dibawah pimpinan Sukandi Andrias Wasuma. Badan penerbit tersebut kemudian diserahkan sekitar bulan Agustus 1968 kepada Sjamsujar Adnan, yang kemudian mengubah majalah tersebut menjadi Surat Kabar Mingguan *Gala*.

Direktur Pembinaan Pers Departemen Pendidikan, Anwar Luthan (Alm), mengeluarkan SIT (Surat Izin Terbit) dengan nomor 0128/SK Direktur BP/SK/tanggal 16 Oktober 1968, dengan persetujuan menteri

penerangan saat itu H. Boediarjo. Surat Kabar *Mingguan Gala* terbit dan diedarkan untuk pertama kali pada hari Jumat, 20 Oktober 1968 dan secara resmi terbit pada hari Minggu, 22 Oktober 1968.

Surat kabar *Mingguan Gala* pertama kali dicetak di percetakan Jakarta Pers, jalan Gunung Sahari Ancol, Jakarta. Percetakan ini dikelola oleh lima orang, tiga orang direksinya masing-masing di tempatkan di Bandung, termasuk Pemimpin Umum atau Pemimpin Redaksi. Sedangkan di Jakarta, Sofyan Lubis memegang jabatan sebagai Redaktur Pelaksana dan Chaeruddin sebagai kolektor. Selama surat kabar mingguan Gala di cetak di Jakarta , peredaranya melebihi 50% dari jumlah oplah cetak, yakni 20.000 eksemplar setiap terbit.

Seiring dengan waktu, surat kabar *Mingguan Gala* kemudian berpindah cetak dari Jakarta ke Bandung. Oplah *Gala* meningkat mendekati oplah tertinggi saat diterbitkan di Jakarta. Perkembangan ini menjadi dorongan jajaran redaksional *Gala* untuk meningkatkan periode penerbitan menjadi dua kali seminggu. Keputusan ini segera terlaksana setelah *Gala* memperoleh Surat Ijin Terbit Harian yang baru. Pada 27 Desember 1971, Surat Kabar *Mingguan Gala* berubah menjadi Surat Kabar Harian berdasarkan surat ijin terbit Harian nomor 0113/Per-3/SK/Dirjen PPG/71, dimana edisi pertama terbit tanggal 28 Desember 1971 sebagai nomor perkenalan atau perdana.

Sejak terbit pertama kali sebagai Surat Kabar *Mingguan Gala,* CV. Tjampaka sebagai perusahaan penerbitnya menghentikan segala aktivitas

penerbitannya pada tanggal 31 Desember 1971, karena sebelumnya telah berdiri sebuah perusahaan penerbit lainnya, yakni PT. Galamedia.

Seiring dengan aktivitas CV. Tjampaka, PT. Galamedia mengajukan permohonan kepada Menteri Penerangan untuk memperoleh SIT penerbit Gala, disertai akta penghentian kegiatan CV. Tjampaka dan pengambilan SIT atas nama CV. Tjampaka tersebut.

Setelah empat tahun terbit sebagai surat kabar harian, tepatnya mulai tanggal 26 Agustus 1975 Dirjen PPG/Deppen memberi izin kepada *Gala* untuk menambah jumlah halaman. Di samping hal itu pada tahun 1978 oplah *Gala* berada pada titik terendah dibanding ketika terbit dua kali seminggu, kecuali saat musim kampanye 1979, oplah Gala mencapai lebih dari 20.000 eksemplar yang kemudian turun kembali di bawah angka minimum.

Setelah akhir tahun 1981, penampilan redaksional harian *Gala* dibenahi secara total mulai dari penyajian pemberitaan sampai tata letak rubrik berita (l*ayout*). Berbeda dengan penampilan yang dulu, dan berbeda dengan surat kabar lainnya dalam hal penyajian berita, terutama dalam hal sasaran pemasaran atau segmentasi pembacanya, sehingga Surat Kabar *Gala* lebih mempunyai jati diri yang khas di hati para pembacanya.

Setelah terbit lebih dari 13 tahun sebagai surat kabar harian, oplah *Gala* mencapai 118.500 eksemplar di saat musim pembunuhan misterius antara tahun 1982 sampai 1983-an. Oplah *Gala* yang mampu menembus

angka 100.000 eksemplar lebih ini, merupakan oplah terbesar penerbitan sebuah surat kabar daerah di Indonesia saat itu. Namun, jumlah oplah ini sebenarnya bisa ditingkatkan sampai angka 150.000 eksemplar jikalau sarana percetakan yang dimiliki saat itu lebih memadai dan menunjang.

Keberhasilan *Gala* mencapai Oplah dan pemasaran yang sangat bagus ini, bukan semata-mata karena lebih banyak menyajikan berita-berita kriminal melainkan karena hasil pembenahan penampilan redaksional dan perwajahan yang dilakukan setelah kembali menggunakan nama Surat Kabar *Gala*.

Keberhasilan *Gala* dalam melakukan penampilan redaksional dan perwajahan yang khas ini, mampu meraih segmentasi pembaca tersendiri dan mendapat tanggapan positif dari berbagai pihak. Dengan kondisi ini, *Gala* di anggap sukses mencapai sasaran atau misinya yaitu untuk selalu menjadi surat kabar yang berorientasi pada kepentingan masyarakat dan juga tidak bersaing dengan surat kabar lainnya yang telah memiliki ciri dan atribut tersendiri.

Pada tahun 1985, pemerintah mengeluarkan peraturan yang baru melalui SK Meneteri Penerangan RI nomor 61/1984 tentang penghapusan SIT, yang mengacu kepada Undang-undang Pokok Pers nomor 21/1982. dengan izin baru SIUP tersebut jumlah halaman *Gala* secara resmi bertambah menjadi 12 halaman dan terbit di Jawa Barat, dan memperoleh SIUP pada tanggal 8 November 1985, melalui SK Menteri Penerangan Nomor 009/SK/Menpen/SIUPPA-7/85.

Mulai tanggal 10 November 1989 Harian *Gala* kembali terbit dengan penampilan baru-nya. Di mana dua halaman (cover dan halaman terakhir) berwarna, dan terbit 12 halaman 7 kali seminggu. Penampilan redaksional dan wajah baru ini berbeda dengan penampilan *Gala* sebelumnya, perubahan secara total dan drastis ini berkaitan dengan keinginan jajaran Redaksi untuk mengembalikan Harian *Gala* ke format lama tanpa ada perubahan dalam susunan jajaran keredaksionalan.

Seiring dengan waktu pada tanggal 4 Oktober 1999, Harian *Gala* beralih Manajemen menjadi Harian Umum *Galamedia* di bawah naungan Grup pikiran Rakyat Bandung. PT. Galamedia Bandung Perkasa mempunyai satu unit usaha dalam bentuk penerbitan surat kabar.

Setelah beralih menjadi Harian Umum *Galamedia*, oplah surat kabar harian ini meningkat menjadi 26.000 eksemplar. Menurut data terakhir dari bagian Litbang per-Desember 2003, tiras penjualan Harian Umum *Galamedia* mencapai 40.000 eksemplar untuk edisi hari Senin sampai Jum'at. Sedangkan untuk edisi Hari Minggu penjualannya mencapai 28.000 eksemplar.

3.1.2 Profil Perusahaan

Nama Surat Kabar : Harian Umum *Galamedia*

Badan Hukum : Perseroan Terbatas

Motto : Tajam, Etis dan Akurat

Alamat Redaksi : Jalan Belakang Factory No. 2B Bandung 40111.
Telp (022) 4210063/4205347

Alamat Sirkulasi : Jalan Belakang Factory No. 2C Bandung 40111.
Telp (022) 4210063/4205347

Percetakan : PT. Granesia (Grup Pikiran Rakyat) Jalan Soekarno-Hatta No.147, Bandung.

3.1.3 Keterangan Teknis

Jenis Surat Kabar : Harian Umum (Terbit Setiap Hari)

Waktu Terbit : Pagi Hari

Bahasa : Indonesia dan Daerah

Halaman : 12 Halaman (Rabu, 16 Halaman)

Jumlah Kolom : 9 KolomUkuran :

a. Halaman Kertas 42 X 58 cm
b. Lebar Halaman Tercetak 40,5 cm
c. Tinggi Halaman Tercetak 55 cm
d. Lebar Kolom Per-Halaman 9 X 4.2 cm
e. Lebar Kolom Iklan 4.2 cm

3.2 Visi, Misi dan Motto Harian Umum ”Galamedia”

Setiap perusahaan pasti memiliki visi dan misi yang ingin dicapai. Begitu pula Harian Umum Galamedia. Visi, misi dan motto Harian Umum Galamedia sebagai berikut :

3.2.1 Visi Redaksi Harian Umum ”Galamedia”

Menciptakan kinerja yang lebih baik dengan memperlihatkan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi guna untuk mencerdaskan bangsa

3.2.2 Misi Redaksi Harian Umum "Galamedia”

(1.) Memberikan Informasi seakurat mungkin kepada pembaca

(2.) Menciptakan sarana komunikasi dan informasi bagi masyarakat umum

(3.) Mencari keuntungan atau laba yang sebesar-besarnya demi kesejahteraan para karyawan atau karyawati

(4.) Menyediakan berita yang melaporkan tentang peristiwa atau kejadian yang ada relevansinya dengan kehidupan sehari-hari

(5.) Meningkatkan kinerja supaya masyarakat gemar membaca untuk menambah pengetahuan bagi mereka tentang sesuatu hal atau masalah yang sedang terjadi pada keadaan yang sebenarnya

(6.) Mengurangi pengangguran

3.2.3 Motto Harian Umum ”Galamedia”

Bagi setiap perusahaan, keberadaan motto, merupakan bentuk keseriusan dalam dunia bisnis. Karena dengan adanya motto, dapat

menggambarkan identitas perusahaan secara singkat. Demikian halnya dengan Harian Umum *Galamedia* yang mengusung motto sebagai berikut:

- **Tajam**

  Mengupas setiap realita yang terjadi tanpa pandang bulu

- **Etis**

  Sesuai dengan kode etik, kaidah, dan norma yang berlaku

- **Akurat**

  Meberitahukan fakta dari sumber yang jelas serta dapat dipertanggung jawabkan

3.3 Logo Harian Umum ”Galamedia”

Setiap perusahaan, memiliki logo yang mencerminkan identitas dari perusahaan tersebut. Begitu juga Harian Umum *Galamedia* yang memiliki logo perusahaan sebagai berikut:

Gambar 3.1
Logo Harian Umum Galamedia



sumber : www.klik-galamedia.com

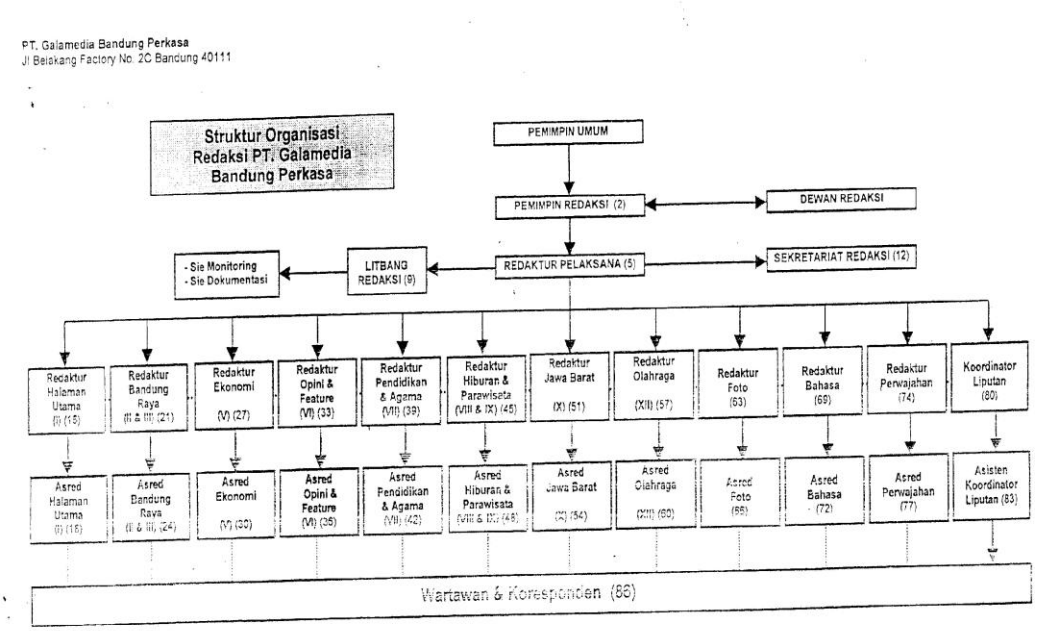
3.4 Struktur Organisasi Harian Umum ”Galamedia”

Setiap perusahaan memiliki struktur organisasi. Di mana struktur organisasi ini menyusun dan menjelaskan peranan atau tugas dan wewenang dari berbagai bagian atau divisi, dan juga bagaimana setiap bagian tersebut berhubungan dan bertanggung jawab atas hasil kerjanya. Demikian pula struktur organisasi PT. Galamedia Bandung Perkasa yang memiliki berbagai bagian atau divisi dan peranan masing-masing.

Berikut ini adalah gambar struktur organisasi PT. Galamedia Bandung Perkasa beserta penjelasan kedudukan pada bagiannya masing-masing :

Gambar 3.2

Struktur Organisasi PT. Galamedia Bandung Perkasa



Berdasarkan struktur organisasi pada Gambar 1.1 diatas, diketahui merupakan susunan yang menggambarkan berbagai fungsi sesuai dengan bidangnya, berdasarkan hirarki dan saluran kewenangannya yang berlaku dalam mencapai tujuan tertentu. Dengan adanya struktur organisasi akan terlihat bagaimana pembagian tanggung jawab tugas tersebut dijalankan sesuai dengan fungsinya masing-masing. Kejelasan struktur yang terdapat dalam suatu organisasi akan memberikan kejelasan tentang hubungan kerja secara fungsional antara satu bagian dengan bagian lainnya, baik hubungan *vertical* maupun hubungan *horizontal.*

Adapun susunan organisasi pada Kantor PT Galamedia Bandung Perkasa, antara lain :

A. Pemimpin Umum
B. Pemimpin Redaksi
C. Dewan Redaksi
D. Redaktur Pelaksana
E. Sekretariat Redaksi
F. Penelitian Dan Pengembangan Redaksi
G. Seksi Monitoring dan Dokumentasi
H. Pelaksana adalah Para Redaktur Dan Asisten Redaktur, yang terdiri dari :
    1. Redaktur Halaman Utama Membawahi Asisten Redaktur Halaman Utama dan Wartawan.

2. Redaktur Rubrik Bandung Raya Membawahi Asisten Redaktur dan Wartawan untuk Rubrik Bandung Raya.
3. Redaktur Ekonomi Membawahi Asisten Redaktur dan Wartawan untuk Rubrik Ekonomi
4. Redaktur Publik Opini dan Feature Membawahi Asisten Redaktur dan Wartawan untuk Rubrik Opini dan *Feature*.
5. Redaktur Pendidikan dan Agama Membawahi Asisten Redaktur dan Wartawan untuk Rubrik Pendidikan dan Agama
6. Redaktur Rubrik Hiburan, Budaya dan Pariwisata Membawahi Asisten Redaktur dan Wartawan untuk Rubrik Hiburan, Budaya dan Pariwisata.
7. Redaktur Rubrik Jawa Barat Membawahi Asisten Redaktur dan Wartawan untuk Rubrik Jawa Barat.
8. Redaktur Rubrik Olah Raga Membawahi Asisten Redaktur dan Wartawan Untuk Rubrik Olah Raga
9. Redaktur Foto Membawahi Asisten Redaktur Foto dan Wartawan Foto
10. Redaktur Bahasa Membawahi Asisten Redaktur Bahasa
11. Redaktur Perwajahan Membawahi Asisten Redaktur Perwajahan
12. Koordinator Liputan Membawahi Asisten Koordinator Liputan

3.5 Job Deskription PT. Galamedia Bandung Perkasa

Struktur organisasi Harian Umum *Galamedia* tersusun secara vertikal, di mana pimpinan umum membawahi para staf dengan cara tersusun ke bawah.

1. Pemimpin Umum

Pemimpin umum memiliki tanggung jawab kepada direktur utama. Tugasnya adalah mengendalikan dan mengorganisasikan aktivitas terbit Harian Umum *Galamedia* secara professional sehingga mendukung terhadap tercapainya sasaran dan tujuan perusahaan, baik idiil maupun komersial.

2. Pemimpin Perusahaan

Pemimpin perusahaan bertanggung jawab kepada pemimpin umum. Tugasnya adalah membuat perencanaan bidang usaha Harian Umum *Galamedia* sesuai dengan rencana umum perusahaan. Ia pun harus mengatur, membina, dan mengawasi pelaksanaan kerja ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target perusahaan.

3. Sekretaris Perusahaan

Sekertaris perusahaan bertanggung jawab kepada direktur utama. Tugasnya menyelenggarakan kegiatan keseharian PT. Galamedia Bandung Perkasa ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target.

4. Manajer Pemasaran

Tugas dari manajer pemasaran adalah merencanakan, mengatur, mengoordinasikan, mengendalikan, serta mengambil keputusan dalam

pelaksanaan tugas. Seorang manajer pemasaran bertanggung jawab kepada direktur utama dan bertanggung jawab pula kepada departemen pemasaran.

5. Administrasi Iklan

Tugas dari administrasi iklan adalah menerima order dan memberi iklan harian beserta kelengkapanya dari pelayanan langsung dan *account executive* dengan persetujuan asisten manajer pemasaran bidang iklan. Administrasi iklan harus pula memasukan data dan menerbitkan order transaksi iklan (OTI). Administrasi iklan juga bertanggung jawab kepada asisten manajer pemasaran.

6. Administrasi Sirkulasi

Administrasi sirkulasi bertanggung jawab kepada asisten manajer pemasaran di bidang sirkulasi. Tugasnya adalah melaksanakan proses administrasi bidang sirkulasi ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target perusahaan.

7. Manajer Produksi

Tugas seorang manajer produksi adalah merencanakan, mengatur, mengoordinasikan, mengendalikan, dan mengambil keputusan dalam pelaksanaan tugas. Seorang manajer produksi bertanggung jawab kepada pemimpin perusahaan serta kepada departemen produksi.

8. Manajer Keuangan dan Akutansi

Seorang manajer keuangan dan akutansi memiliki tanggung jawab kepada pimpinan perusahaan dan kepada departemen keuangan dan

akutansi yang memiliki tugas untuk mengatur, mengoordinsaikan, mengendalikan, dan mengambil keputusan dalam pelaksanaan tugas.

9. Manajer Personalia dan Umum

Manajer personalia dan umum memiliki tanggung jawab kepada perusahaan yang bertugas untuk merencanakan, mengatur, mengoordinasikan, mengendalikan, dan mengambil keputusan dalam pelaksanaan tugas. Seorang manajer personalia dan umum bertanggung jawab juga kepada personalia dan umum menuju ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target perusahaan.

10. Pemimpin Redaksi

Pemimpin Redaksi pada Harian Umum *Galamedia* bertangung jawab kepada pemimpin umum. Tugasnya ialah memimpin dan mengendalikan kegiatan keredaksian bagi terlaksananya mekanisme dan aktivitas kerja keredaksian serta mengawasi seluruh isi rubrik dan pemberitaan pada Harian Umum *Galamedia*.

11. Dewan Redaksi

Dewan Redaksi pada Harian Umum *Galamedia* beranggotakan Pemimpin Umum, Pemimpin Redaksi, Redaktur Pelaksana dan orang-orang yang dipandang berkompeten. Dewan Redaksi bertugas memberi masukan kepada jajaran redaksi dalam melaksanakan pekerjaan redaksional.

12. **Redaktur Pelaksana**

    Redaktur Pelaksana bertanggung jawab langsung kepada Pemimpin Redaksi. Tugasnya ialah mengatur pelaksaan tugas keredaksionalan Harian Umum *Galamedia* Bandung Perkasa sesuai dengan yang diinstruksikan Pemimpin Redaksi dalam arti memimpin langsung aktivitas peliputan dan pembuatan berita oleh para wartawan dan editor.

13. **Sekretaris Redaksi**

    Sekretaris Perusahaan bertanggung jawab kepada Pemimpin Umum. Tugasnya ialah menyangkut segala hal yang menyangkut administrasi keredaksionalan dan menyelenggarakan kegiatan keseharian Harian Umum *Galamedia* ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target perusahaan.

14. **Penelitian dan Pengembangan**

    Penelitian dan Pengembangan pada bagian Redaksi Harian Umum *Galamedia* mempunyai tugas dalam melaksanakan penelitian dan pengembangan dalam kegiatan keredaksionalan sehingga mencapai kinerja keredaksionalan yang diinginkan.

15. **Seksi Monitoring dan Dokumentasi**

    Seksi monitoring pada Harian Umum *Galamedia* mempunyai tugas mengawasi perkembangan kinerja dan kegiatan redaksional sehingga tujuan redaksional mampu mencapai target yang diinginkan.

Sedangkan seksi dokumentasi pada Harian Umum *Galamedia* mempunyai tugas mendokumentasikan edisi-edisi penting yang pernah diterbitkan oleh Harian Umum *Galamedia* dari tahun percetakan pertama.

16. **Redaktur**

    Redaktur bartanggung jawab kepada Redaktur Pelaksana. Tugasnya ialah menerima bahan berita, baik dari wartawan, koresponden maupun dari kantor berita atau bahkan *Press Release* dari lembaga, organisasi, instansi pemerintah atau perusahaan swasta. Selain itu redaktur bertanggung jawab terhadap isi halaman yang akan diterbitkan pada Harian Umum *Galamedia*.

17. **Koordinator Liputan**

    Koordinator Liputan pada Harian Umum *Galamedia* bertanggung jawab dalam mengkoordinasikan atau mengatur para wartawan Harian Umum *Galamedia* dan membagi tugas diantara para wartawan tersebut untuk melakukan peliputan, agar tidak terjadi kesalahan atau *overlap* di lapangan.

18. **Asisten Redaktur**

    Asisten redaktur pada Harian Umum *Galamedia* bertugas membantu redaktur dalam melakukan editing. Asisten Redaktur juga mempunyai tugas dalam memberikan tambahan data dan literatur agar sesuai dengan gaya penulisan dan penerbitannya.

19. Wartawan

Seperti halnya dalam setiap perusahaan surat kabar tugas wartawan dalam Harian Umum *Galamedia* adalah bertugas mencari, mengumpulkan dan mengolah informasi menjadi berita, yang akan disebarluaskan kepada publik, disesuaikan dengan tugasnya masing-masing yang sebelumnya sudah diatur oleh Redaksi.

20. Koresponden

Merupakan wartawan Harian Umum *Galamedia* yang bertugas di daerah atau diluar wilayah keredaksionalan. Koresponden pada Harian Umum Galamedia mempunyai tugas liputan berita yang bersifat umum.

3.6 Sarana dan Prasarana PT. Galamedia Bandung Perkasa

Untuk kemajuan suatu perusahaan perlu disediakan sarana dan pra-sarana yang menunjang karyawan dalam bekerja. Dan di Harian Umum *Galamedia* sarana dan prasarana yang terdapat di redaksi Harian Umum *Galamedia* sebagai berikut :

Tabel 3.1

Sarana dan Prasarana PT. Galamedia Bandung Perkasa

NO	SARANA DAN PRASARANA	JUMLAH
1	Komputer	64 Unit
2	Printer	2 Unit
3	Internet	1 Unit
4	Server (Komputer data)	1 Unit

5	Telepon	16 Unit
6	Faximile	1 Unit
7	Fotocopy	1 Unit
8	Televisi	2 Unit
9	Handy Talkie	2 Unit
10	Kamera Manual dan Otomatis	4 Unit
11	Kamera Digital	3 Unit
12	Kamera Saku (Pocket)	12 Unit
13	Ruang Pimred	1 Ruang
14	Ruang Asisten Redaksi	1 Ruang
15	Ruang Litbang	1 Ruang
16	Ruang Koordinator Liputan	1 Ruang
17	Ruang Redaktur	1 Ruang
18	Ruang Redaktur Foto	1 Ruang
19	Ruang Produksi dan Pracetak	1 Ruang
20	Ruang monitoring	1 Ruang
21	Ruang Dokumentasi	1 Ruang
22	Ruang Wartawan	1 Ruang
23	Ruang Sekretariat	1 Ruang
24	Kamar Gelap	1 Ruang
25	Ruang Rapat	1 Ruang
26	Percetakan	1 Ruang
27	Ruang Tamu	1 Ruang
28	Musholla	1 Ruang
29	Halaman atau Tempat Parkir	1 Halaman
30	Toilet	4 Ruang
31	Kendaraan Operasional	5 Unit
	TOTAL	135

Sumber : PT.GALAMEDIA, Tahun 2010

3.7 Foto Berita Harian Umum ”Galamedia”

Seperti yang sudah dikemukakan di atas, bahwa setiap halaman yang memunculkan peristiwa-peristiwa terbaik dan menarik yang datang dari berbagai kota. Sama halnya dengan foto jurnalistik yang dimuat pada setiap halaman, semakin penting dan semakin menarik peristiwa yang tertangkap kamera, maka akan semakin diunggulkan, contohnya saja dengan foto yang menjadi bahan penelitian ini, secara sengaja disiapkan sebanyak 6 kolom hanya untuk menampilkan peristiwa yang masih hangat yang sedang terjadi. Fungsi utamanya, tidak lain, adalah untuk menarik perhatian pembaca.

Selain itu, agar pembaca lebih fokus terhadap pemberitaan yang ditonjolkan, jadi bukan hanya untuk memperindah halaman, foto berita juga mempermudah pembaca untuk memilih yang mana yang paling penting saat itu. Sehingga prinsipnya, semakin depan dan semakin banyak kolom yang dipakai untuk sebuah foto jurnalistik, maka semakin penting pula foto tersebut. Meskipun pada setiap halaman terdapat foto jurnalistik yang berlainan, tapi nilai beritanya berbeda. Makin bawah foto dan kecil ukurannya, makin kecil pula kandungan beritanya. Begitu juga dengan foto-foto di halaman selanjutnya, nilai beritanya berbeda dengan yang lain.

Dalam *Galamedia*, setiap kolomnya sudah ditentukan berdasarkan *layout*, aturannya untuk halaman pertama, sebelah kiri dipakai 2 kolom untuk berita. Sebelah kanan dipakai 6 kolom untuk foto berita yang terkait dengan berita *head line*. Kolom di bawahnya dipakai untuk memuat berita

lain yang sedang hangat, terkadang dimasukan foto namun semua itu tergantung kebijakan dari redaksi, lalu kolom paling bawah yaitu *pop news*, biasanya di kolom tersebut selalu ditampilkan foto meski ukurannya kecil atau ditampilkan grafik untuk menggantikannya.

Untuk halaman berikutnya penempatan foto tergantung pada kebijakan redaksi, baik itu untuk penempatannya, ukuran, maupun warna dari foto tersebut. Foto dengan warna yang lebih mencolok, seperti merah atau biru bisa lebih menarik perhatian pembaca. Tapi halaman utama setiap suplemen, foto jurnalistik diwajibkan untuk dimuat dan foto tersebut harus pula berwarna.

Namun, meski peran foto sangat kuat dalam setiap terbitannya, tetap berita tulis yang menjadi unggulan dari surat kabar di manapun. Sehingga untuk *Galamedia* sendiri persentase foto jurnalistik dengan berita tulis kira-kira sebesar 30% dan 70%.

3.8 Kriteria dan Syarat Foto Berita Harian Umum ”Galamedia”

Foto jurnalistik *Galamedia* mempunyai kriteria sama dengan layaknya foto jurnalistik secara umum, seperti informatif, faktual, relevan, gema (*scope*), misi, otentik, dan menarik. Hanya foto tersebut harus sesuai dengan berita yang aktual saat itu dan layaknya sebuah berita tulis, setiap foto yang dimuat harus mengandung unsur 5W+1H.

Syarat untuk sebuah foto yang dimuat pun tidak sembarangan, poin pentingnya adalah harus menarik, baik dari segi berita maupun menarik

dari segi gambar, dan pastinya ada keterkaitan dengan berita saat itu. Jika tidak ada foto yang sesuai dengan beritanya, atau kurang bagus, serta tidak menarik untuk di muat, maka ditampilkan foto dan *caption* saja. Tapi tentunya mengandung memiliki nilai berita, menarik dan juga unik. Selain itu, karena foto saja yang dimuat, jadi diambil berdasarkan kedekatan (*proximity*) dengan pembaca.

3.9 Tinjauan tentang Harian Umum "Bandung Ekspres"

3.9.1 Sejarah Singkat "Bandung Ekspres" (Jawa Pos Grup)

Harian Pagi *Bandung Ekspres* merupakan salah satu media yang berada dalam jejaring usaha Jawa Pos Group yang berpusat di Surabaya. Sebagai sebuah grup besar, *Jawa Pos* memiliki sejarah yang cukup panjang. Awalnya *Jawa Pos* lahir dengan mengusung nama *Java Pos*, kemudian berubah menjadi *Djawa Pos*, yang akhirnya berubah kembali menjadi *Jawa Pos*.

Didirikan oleh The Chung Sen seorang warga Indonesia kelahiran Bangka. Saat itu *Jawa pos* dikenal sebagai Harian Melayu Tionghoa. Karena pada tahun 1950-an Jawa Pos telah memiliki tiga surat kabar yang berbahasa Indonesia, Tionghoa, dan Belanda. Dan sebutan lainnya hingga saat ini adalah 'Raja' surat kabar di Surabaya.

Karena kemerosotan jumlah oplah hingga 7700 eksemplar, pengelolaan *Jawa Pos* diserahkan kepada *Tempo* pada tanggal 1 april

1982. Hal tersebut terjadi ketika Dahlan Iskan masih menjadi kepala biro di *Tempo* Surabaya.

Namun selepas itu, Jawa Pos kembali bersinar. Grup ini terus melakukan ekspansi bisnisnya di nusantara. Sampai kini, *Jawa Pos* memiliki lebih dari seratus usaha penerbitan dan percetakkan yang tersebar di seluruh pelosok Indonesia. Menurut Penanggung Jawab Redakasi *Bandung Ekspres,* Cevi M Taupik, setiap usaha penerbitan yang ada di dalam jaringan usaha Jawa Pos Group, dikelola oleh sebuah holding company.

Harian *Bandung Ekspres* sendiri 'lahir' di Bandung pada 7 Februari 2009. Harian ini dikelola oleh PT Wahana Semesta Merdeka, yang merupakan salah satu cabang usaha Jawa Pos Group. Di Jawa Barat, PT Wahana Semesta Merdeka membawahi enam media cetak, antara lain, *Radar Tasikmalaya, Pasundan Ekspres, Radar Cirebon, Radar Banten, Baraya Post* dan *Bandung Ekspres* itu sendiri.

Sebetulnya sejak 6 tahun lalu di wilayah Bandung Raya sudah ada *Radar Bandung,* yang juga merupakan usaha penerbitan di bawah naungan Jawa Pos Group. Selain dikelola oleh *holding company* yang berbeda, hal lain yang membedakan antara *Radar Bandung* dengan *Bandung Ekspres* adalah segmentasi pembacanya.

“Kalau segmentasi *Bandung Ekspres* lebih menyasar kalangan bisnis dan tingkat ekonomi menengah ke atas. Jadi kami berbeda dengan

Radar Bandung. Persaingan di antara kedua media pun berjalan sehat," ujar Cevi.

3.9.2 Visi dan Misi "Bandung Ekspres"

3.9.2.1 Visi

Visi *Bandung Ekspres* adalah menjadi surat kabar yang bisa diterima oleh masyarakat khususnya masyarakat Bandung.

3.9.2.2 Misi

(1.) Menjadi bacaan alternatif masyarakat Bandung dan sekitarnya.

(2.) Membuat angle berita yang kritis dan menarik.

(3.) Menjadi bacaan community newspaper.

(4.) Membuat lahan bisnis.

3.9.2.3 Motto Harian Umum "Bandung Ekspres"

Motto dari *Bandung Ekspres* adalah Sportif, Dinamis dan Realistis.

3.9.3 Data Sirkulasi

Peredaran Bandung Ekspres meliputi, Kota Bandung, Kab Bandung, Kota Cimahi, dan Kab. Bandung Barat. Dengan jumlah oplah sebesar 45.000 eks/harinya.

3.9.4 Tiras

Tiras Harian Pagi *Bandung Ekspres* adalah 45.000 eksemplar. Jumlah itu didistribusikan di beberapa kota selain Bandung, antara lain :

(1.) Kota Bandung 45%

(2.) Kab. Bandung 20%

(3.) Kota Cimahi 25%

(4.) Kab. Bandung Barat 20%

+ Harga langganan Rp 27.000/bulan

+ Harga eceran Rp 1000

3.9.5 Data Teknis

Penerbit	: PT. Wahana Semesta Bandung Ekspres
Bahasa	: Indonesia
Waktu Terbit	: Pagi hari
Periode Terbit	: 7x Seminggu, kecuali hari libur nasional.
Isi Berita	: Lokal (75%), Nasional (20%), Internasional (5%)
Jumlah Halaman	: 20 halaman
Kolom	: 7 kolom, 43 mm per kolom
Bidang Cetak	: 327 mm x 540 mm

3.9.6 Profil Pembaca

Jenis Kelamin

Laki-laki 70%

Perempuan 30%

Usia

<19 Tahun 12%

20-19 Tahun 16 %

21-39. Tahun 27 %

40-49 Tahun 36%

>50 Tahun 9%

Pendidikan

Tamatan SMP 5%

Tamatan SMA 42%

Akademi 23%

Universitas 30%

Pekerjaan

Wiraswasta/Swasta

Pegawai Negeri

BUMN/Mahasiswa 45%

Pelajar 35%

Ibu Rumah Tangga 15%

Lain-lain 5%

3.10 Struktur Organisasi

Deskripsi :

* Direksi sebagai pemimpin tertinggi perusahaan. Memegang kebijakan perusahaan.

* General Manager sebagai penanggung jawab yang menangani langsung operasional perusahaan.

* Pemimpin Redaksi: pemimpin tertinggi pada divisi redaksi bertanggung jawab terhadap segala macam kebijakan, manajemen, serta kegiatan redaksi.

* Redaktur: mengkondisikan reporter dan bertanggung jawab pada halaman yang dipegangnya.

* Wartawan: bertugas meliput berita, membuat tulisan sekaligus foto. Bertanggung jawab pada redaktur halaman masing-masing.

Struktur redaksi di Harian Pagi Bandung Ekspres dapat dikatakan masih ramping. Beberapa pos yang lazim terdapat dalam struktur redaksi sebuah organisasi media massa seperti Asisten Redaktur, Koordinator Lapangan, dan Wartawan khusus foto belum terisi. Hal ini dikarenakan usia media yang masih sangat muda, dan perhitungan efisiensi pekerjaan.

3.11 Tinjauan tentang Objek Penelitian

3.11.1 Peristiwa Banjir di Kabupaten Bandung, Tahun 2010

Peristiwa bencana alam banjir yang melanda Kabupaten Bandung, Jawa Barat saat ini merupakan banjir terparah dalam kurun waktu lebih

dari dua dekade setelah banjir besar terjadi tahun 1986 yang cukup besar yang memakan korban dan kerugian materi yang cukup banyak. Pernyataan tersebut disampaikan Bupati Bandung, Obar Sobarna, terkait banjir besar yang melanda kawasan Kecamatan Baleendah, Dayeuhkolot dan Banjaran.

Sebanyak lebih dari 5.241 rumah di 5 kecamatan di kabupaten Bandung, terendam banjir dengan ketinggian mencapai 2 meter. Dari lima kecamatan itu, banjir terparah melanda Kp. Cieunteung, Kel./Kec. Baleendah, Kab. Bandung.

Kelima kecamatan yang dilanda banjir luapan Sungai Citarum dan sejumlah anak sungainya ini adalah Kec. Baleendah, Kec. Dayeuhkolot, Kec. Banjaran, Kec. Ibun, dan Kec. Kertasari. Di Baleendah rumah yang terendam ada di wilayah Kp. Cieunteung, Kel. Baleendah sebanyak 350 unit dan di Kel. Andir rumah yang terendam sekitar 575 unit. Di Kec. Dayeuhkolot, Kab. Bandung, rumah yang terendam banjir di Kel. Pasawahan sebanyak 121 unit, Kel. Dayeuhlokot 1.453 unit, Kel. Cangkuang Kulon 80 unit, dan Kel. Citeureup 480 unit.

Selanjutnya di Kec. Banjaran, rumah yang terendam di Desa Banjaran Wetan sebanyak 268 unit dan Desa Tarajusari sebanyak 234 unit. Sedangkan di Kec. Ibun, rumah yang terendam berada di Desa Tanggulun dengan jumlah 200 unit. Sementara 4 desa di Kec. Majalaya, yakni Desa Majalaya, Majasetra, Majakerta, dan Desa Sukamaju, jumlah rumah yang terendam sebanyak 1.480 unit.

Hujan deras yang melanda sejumlah wilayah di Kab. Bandung, kemarin membuat sejumlah kelurahan di Kec. Baleendah dan Dayeuhkolot, Kab. Bandung dilanda banjir.

Akibatnya, ribuan kepala keluarga mengungsi ke gedung olahraga, kantor kelurahan, dan tempat aman lainnya. Ketua RW 20 Kp. Cieunteung, Kel./Kec. Baleendah, Kab. Bandung, Jaja menuturkan, air yang menggenangi rumah warga, sebenarnya sudah mulai surut. Tapi karena malam harinya hujan deras terus mengguyur daerah tersebut, air kembali naik pukul 05.30 WIB. "Kemarin sore air paling tinggal 0,5 meter. Tapi subuh tadi (kemarin, red) air kembali naik. Bahkan sekarang ketinggiannya mencapai 2 meter lebih dan Jln. Siliwangi dan Jln. Anggadireja pun yang biasanya tidak tergenang, kini ikut tergenang," jelasnya. *sumber* : *(Galamedia, edisi sabtu 06 Februari 2010)*

3.11.2 Ketinggian Air

"Dari ketinggian permukaan air yang mencapai empat meter, luasan wilayah dan korban banjir mengalami kenaikan beberapa kali lipat akibat curah hujan yang cukup tinggi, kerusakan alam dan letak wilayah yang berada di cekungan Bandung," ujarnya saat mendampingi kunjungan Ketua Palang Merah Indonesia (PMI) Pusat, Jusuf Kalla.

Ketinggian permukaan air di wilayah Baleendah, Banjaran dan Dayeuhkolot mencapai empat meter hingga menutupi atap rumah warga.

"Ketinggian air di wilayah Baleendah yang berada di bantaran Sungai Citarum biasanya mencapai dua meter dan terjadi di beberapa desa saja," ujarnya. "Warga yang rumahnya berada agak jauh dengan sungai Citarum mengalami genangan air hingga setinggi 1.5 meter sehingga jumlah pemukiman penduduk yang terkena banjir mencapai lebih dari sepuluh ribu unit," katanya.

Hal ini akibat curah hujan yang tinggi dalam tiga minggu terakhir sehingga volume genangan air semakin besar dan meluas ke berbagai wilayah kecamatan yang berdekatan dengan sungai ataupun anak Sungai Citarum. "Baleendah dan Dayeuhkolot berada di cekungan Bandung yang merupakan area paling rendah dibandingkan Kota Bandung dan sekitarnya sehingga air dari anak-anak sungai yang bermuara ke Sungai Citarum tertampung di titik ini dan luber," ujarnya. Sejak tiga minggu terakhir warga Baleendah, Dayeuhkolot dan Bojongsoang terkena banjir namun Kamis malam lalu, wilayah lainnya seperti Banjaran, Rancaekek, Soreang dan dua kecamatan lainnya mengalami hal serupa akibat meluapnya Sungai Citarum. *sumber* : (*Bandung Ekspres, edisi jumat 19 Februari 2010)*