BAB 3

OBJEK PENELITIAN

3.1 Tinjauan Tentang PT. Pikiran Rakyat

3.1.1 Sejarah Perusahaan

Pada bulan Januari 1996, di kota Bandung terdapat sejumlah wartawan yang kehilangan pekerjaan. Surat kabar tempat mereka bekerja harus berhenti terbit, karena terlambat memenuhi ketentuan yang mengharuskan setiap surat kabar berafiliasi dengan salah satu surat kabar yang ditentukan oleh Departemen Penerangan.

Atas dorongan Panglima Kodam VI/Siliwangi (kini Kodam III Siliwangi)-IbrahimAdji – pada waktu itu wartawan-wartawan tadi menerbitkan surat kabar **"Harian Angkatan Bersenjata"** Edisi Jawa Barat yang berafiliasi dengan Harian "Angkatan Bersenjata" (Pusat) yang terbit di Jakarta. Izin rekomendasi berafiliasi dengan Harian "Angkatan Bersenjata" Pusat ini tertuang dalam Surat Keputusan Papelrada Jawa Barat No.04/Papelrada/BD/1966, tertanggal 31 Januari 1966. Sedangkan izin terbit dari Deppen tertuang dalam surat izin terbit (SIT) Deppen RI No.021/SK/DPHM/SIT1966.

Nomor perdana Harian"Angkatan Bersenjata" Edisi Jawa Barat terbit pada 24 Maret 1966 bertepatan dengan peringatan ke-20 peristiwa heroic "Bandung Lautan Api". Namun belum genap satu tahun Harian "Angkatan Bersenjata" Edisi Jawa Barat terbit, Menteri Penerangan RI mencabut peraturannya tentang keharusan berafiliasi.

Menyusul percabutan itu, Panglima Kodam III Siliwangi HR. Darsono (pengganti Ibrahim Adji) mengeluarkan surat keputusan Papelrada Jawa Barat No.055/Papelrada/DB/1967, tertanggal 5 Februari 1967 tentang pelepasan afiliasi Harian "Angkatan Bersenjata" Edisi Jawa Barat dari Harian "Angkatan Bersenjata" Pusat sekaligus melepas sepenuhnya dari ketergantungan Kodam Siliwangi.

Seiring dengan keputusan ini pulalah terhitung 24 Maret 1967 nama Harian "Angkatan Bersenjata" Edisi Jawa Barat pun berganti nama menjadi HU. Pikiran Rakyat (juga dikenal dengan singkatan "PR") hingga saat ini.

A. Masa Prihatin (1967-1973)

Enam tahun pertama sejak kelahirannya -24 Maret 1966 s.d 1973- merupakan masa berat dan serba sulit. Jangankan gedung kantor tempat wartawan dan karyawan bekerja dan mesin cetak untuk mencetak penerbitan Koran sehari-hari, mesin tik yang berharga murah sekalipun pada masa ini tidak dimiliki oleh Pikiran Rakyat. Pada masa prihatin ini para pengelola Pikiran Rakyat kalau bekerja dll, kerap "numpang" dan meminjam peralatan kantor orang lain.

Begitu pula oplah cetak. Dalam kurun waktu ini pula oplah Pikiran Rakyat tidak pernah lebih dari 20.000 eks/hari. Sedangkan tenaga kerjanya (wartawan dan non wartawan/tata usaha) tidak lebih dari 30 orang.

Berbicara masalah honor gaji, pada masa perintisan ini para pengelola Pikiran Rakyat benar-benar tidak mengenal dalam arti yang sebenarnya. Paling-paling kalau ada sedikit uang bila boleh dinamakan honor, itu diperoleh dari hasil penjualan kertas Koran sisa. Maksudnya kertas Koran sisa dari percetakan dan Koran yang tidak laku pada hari itu dikumpulkan setiap hari. Lalu diakhir bulan dikilo dan dijual ke tempat penampungan kertas bekas. Dari hasil penjualan inilah didapat uang lalu dibagi rata.

Namun berkat kegigihannya dan keuletan yang didasari oleh jiwa idealisme para perintis kala itu Pikiran Rakyat dengan pasti terus semakin mendapat tempat di hati para pembacanya. Melihat kenyataan ini atas saran Menteri Penerangan RI waktu itu bentuk badan hokum Pikiran Rakyat yang semula berupa ”yayasan” dirubah menjadi Perseroan Terbatas (PT). Dengan nama PT. Pikiran Rakyat terhitung 9 April 1973 dengan Akte Notaris No.6 yang dibuat di hadapan Notaris Noezar SH di Bandung.

Perubahan ini lalu disyahkan dengan surat Keputusan Menteri Kehakiman RI No.7 A/5/212/10, tanggal 13 Juli 1973, yang diumumkan dalam berita Negara No.58 tanggal 30 Juli 1973 dengan surat izin terbit No.0553/PER/2/DIRJEN-PG/SIT/1973 tanggal 8 Agustus 1973.

B. Awal Kebangkitan

Menyusul perubahan status perusahaan dari yayasan menjadi Perseroan Terbatas (PT). Pikiran Rakyat segera menata diri. Beberapa bulan yang tersisa dari tahun 1973 dimanfaatkan untuk menyamakan persepsi.

Merancang program kerja yang terencana dan sistematis. Program kerja ini di antaranya adanya kesepakatan untuk memiliki mesin cetak sendiri.

Maka pada awal tahun 1974, PT.Pikiran Rakyat mencatat peristiwa penting. Untuk pertama kalinya berhasil melengkapi diri dengan sarana percetakan offset yang dibeli dari fasilitas PMDN dan bantuan Bank Rakyat Indonesia (BRI). Mesin cetak ini mampu mencetak koran sebanyak 25.000 eks/jam. Sejak tahun 1974 ini pula, HU.Pikiran Rakyat peredarannya dapat merambah ke seluruh pelosok Jawa Barat. Padahal dalam kurun waktu 1966-1973 daerah Jawa Barat ini didominasi oleh surat kabar terbitan Jakarta.

Beberapa tahun kemudian sejalan dengan perkembangan teknologi percetakan mesin cetak itu dirasakan sudah perlu diganti oleh mesin baru yang lebih canggih. Pada 1985 Direksi Pikiran Rakyat memutuskan untuk mengganti mesin lama. Maka dibelilah dua (2) unit mesin cetak baru merk “Ghoss Community” yang langsung didatangkan dari Amerika Serikat. Mesin cetak yang masih digunakan hingga saat ini memiliki kapasitas cetak sebanyak 50.000 eks/jam/unit.

Sedangkan sarana percetakan offset yang dibeli pada tahun 1974, kini ditempatkan di PT. Granesia Jl. Sekelimus Barat No.6 Bandung (anak perusahaan PT. Pikiran Rakyat) dan masih beroperasi untuk melayani kegiatan percetakan penerbitan umum di luar Grup Pikiran Rakyat.

Berkat Ridho Allah SWT serta kerja keras seluruh jajaran Direksi dan para staf/karyawan, pada tahun-tahun selanjutnya Pikiran Rakyat terus menunjukan perkembangan yang mengagumkan baik di bidang financial maupun material.

Maka jika dulu PT. Pikiran Rakyat hanya memiliki satu penerbitan saja yakni HU. Pikiran Rakyat, kini telah ada sejumlah penerbitan, percetakan, radio dan wartel (warung telekomunikasi) yang dimiliki dan dikelola PT. Pikiran Rakyat Grup.

Seiring dengan terdapatnya sejumlah penerbitan itu, sebutan PT. Pikiran Rakyat pun berubah menjadi Grup Pikiran Rakyat. Selengkapnya kelompok usaha yang tergabung dalam bendera Grup Pikiran Rakyat itu adalah sbb :

C. Kelompok Usaha Grup Pikiran Rakyat

C.1. Penerbitan Surat Kabar

1) Harian Umum **"Pikiran Rakyat"**

Redaksi	: Jl. Soekarno Hatta 147, Telp (022) 6037755
Tata Usaha	: Jl. Asia Afrika 77, Telp (022) 4201634
Format	: Surat Kabar
Terbit	: Setiap Hari

Halaman : Bervariasi 16 halaman s.d 24 halaman setiap terbit

Tiras : 185.000 eks/hari

2) **"Mitra Bisnis"** (semula bernama "Mitra Desa")

Redaksi : Jl. Belakang Factory No. 2B, Telp (022) 4205262

Format : Tabloid

Terbit : Seminggu sekali (setiap hari Kamis)

Halaman : 16 halaman setiap terbit

Tiras : 40.000 eks/hari

3) Tabloid Sunda **"Galura"**

Redaksi : Jl. Belakang Factory No. 2A, Telp (022) 4203502

Format : Tabloid

Terbit : Seminggu sekali (setiap hari Jumat)

Halaman : 16 halaman setiap terbit

Tiras : 40.000 eks/hari

4) Harian Umum **"Mitra Dialog"** (pengganti "PR" Edisi Cirebon)

Redaksi : Jl. RA Kartini No.7, Telp (0231) 204440

Format : Surat Kabar

Terbit : Setiap Hari

Halaman : 8 halaman setiap terbit

Tiras : 40.000 eks/hari

5) Harian Umum **"Galamedia"** (semula bernama "Gala")

   Redaksi : Jl. Sekelimus Barat No. 6, Telp (022) 7511286

   Format : Surat Kabar

   Terbit : Setiap Hari

   Halaman : 12 halaman setiap terbit

   Tiras : 50.000 eks/hari

6) Surat Kabar **"Priangan"**

   Redaksi : Jl. Dingdingari Raya No. 12, Telp (0265) 335300

   Format : Surat Kabar

   Terbit : Seminggu dua (2) kali (Rabu & Sabtu)

   Halaman : 8 halaman setiap terbit

   Tiras : 30.000 eks/hari

7) Surat Kabar **"Pakuan"**

   Redaksi : Komp. Bogor Baru Blok A-II No. 11-12, Telp (0251) 348454

   Format : Surat Kabar

   Terbit : Seminggu dua (2) kali (Rabu & Sabtu)

   Halaman : 8 halaman setiap terbit

   Tiras : 30.000 eks/hari

8) Harian Umum **"Fajar Banten"**

Redaksi : Jl. Jend. Ahmad Yani No. 72, Telp (0254) 216123

Format : Surat Kabar

Terbit : Setiap Hari (Minggu tidak terbit)

Halaman : 8 halaman setiap terbit

Tiras : 20.000 eks/hari

C.2. Percetakan

PT. Granesia

Alamat : Jl. Sekelimus Barat No. 6, Telp (022) 7562929

Bidang Usaha : Selain mencetak penerbitan milik Grup Pikiran Rakyat juga menerima berbagai macam cetakan dari luar.

C.3. Radio Siaran

Alamat : Lower Ground Floor Gedung Bandung Trade Center (BTC), Jl. Dr. Djundjunan 143-149, Telp (022) 6126014

Frekuensi : 107,55 FM

: Radio siaran ini dikenal dengan nama **"Radio PR FM",** menempatkan posisinya sebagai radio wanita Kota Bandung. Namun begitu, kaum pria bukan berarti tidak boleh mendengarkannya.

3.1.2 VISI DAN MISI HU PIKIRAN RAKYAT

A. VISI HU PIKIRAN RAKYAT

1. *HU Pikiran Rakyat* yang bercikalbakal *Harian Angkatan Bersenjata Edisi Jawa Barat* dilahirkan pada tanggal 24 Maret 1966 untuk diupayakan, agar 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 besar, baik sebagai institusi sosial maupun institusi bisnis.
2. Sebagai institusi sosial, *HU Pikiran Rakyat* dilahirkan untuk menjadi dan di jadikan 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 laba.

   Sebagai institusi bisnis *HU Pikiran Rakyat* harus dikelola dengan bertaat pada azaz 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 di capai 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 dan kinerja Manajemen dan jajaran yang terkait menjadikan *HU Pikiran Rakyat* sebagai produk idiil yang laku di jual.

   Karena itu pengelolaan *HU Pikiran Rakyat* sebagai institusi bisnis harus dilaksanakan berdasarkan hubungan interdependensi yang saling mengisi dan saling menunjang. Pengelolaan kedua aspek idiil dan aspek bisnis komersial harus dilaksanakan secara terpadu dan sinkron dalam kerangka satu kesatuan strategi dan komprehensif-integral.

5. *HU Pikiran Rakyat* dilahirkan untuk diupayakan, agar menjadi *Tuan Rumah* yang dominan di daerahnya sendiri, di Jawa Barat yang memiliki pontensi yang sangat besar untuk menunjang eksistensi dan penumbuhkembangan surat kabar.

   Karena itu *HU Pikiran Rakyat* darus 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-banyak pengguna jasa iklan dengan volume space iklan terjual sebesar-besarnya dan menghasilkan pendapatan sebesar-besarnya pula.

6. Penyelenggaraan HU Pikiran Rakyat sebagai institusi sosial dan penyelenggaraanya sebagai institusi bisnis harus dilaksanakan berdasarkan hubungan interdepensi yang saling mengisi dan saling menunjang. Karena itu segala sesuatunya harus dilaksanakan secara terpadu dan sinkron dalam rangka satu kesatuan strategi yang komprehensif integral.

B. MISI HU PIKIRAN RAKYAT

Sebagai institusi sosial *HU Pikiran Rakyat* di lahirkan untuk berkiprah dan berperan serta dalam pembangunan bangsa dan Negara, khususnya di Jawa Barat, termasuk pembangunan kualitas manusianya yang mencakup :

1. Kualitas keimanan dan ketakwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa, serta ketaatannya melaksanakan segala yang diperintahkan-Nya dan menjahui segala yang dilarang-Nya
2. Kualitas pemahaman dan penghayatannya atas nilai-nilai luhur Pancasila, serta komitmen untuk mengamalkannya didalam kehidupan pribadi dan kehidupan bermasyarakat.
3. Kualitas pemahaman dan penghayatan atas kewajiban-kewajiban dan hak-haknya sebagai warga Negara, serta komitmen untuk melaksanakan kewajiban-kewajibannya serta mengupayakanya/memperjuangkan pemenuhan hak-haknya itu.

4. Kualitas kehidupannya secara materiil, serta memiliki 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*.

B.1. PELAKSANAAN MISI

1. Untuk terlaksananya misi tersebut *HU Pikiran Rakyat* harus menjalankan peran :
   a. Sebagai penyebar sumber informasi yang terpercaya serta berguna, dan karena itu berita-berita dan sajian-sajian lainnya harus akurat.
   b. Sebagai media komunikasi sosial yang efektif dan efesien antar pemerintah dan masyarakat, serta antar kelompok-kelompok masyarakat.
   c. Sebagai penyalur aspirasi masyarakat yang handal dan gigih, seraya menjadi penyejuk dan penenang masyarakat dalam menyampaikan aspirasinya.
   d. Sebagai sarana kontrol sosial yang berwibawa serta efektif dan karena itu harus obyektif dan proposional serta serta melaksanakannya dengan berpegang teguh pada filosofi *silih asah di atas landasan silih asih dan dalam rangka silih asuh*.

e. Sebagai penyaji hiburan yang segar dan sehat.

2. *HU Pikiran Rakyat* harus memanfaatkan seoptimal-optimalnya kemerdekaan pers yang *kran dan koridornya*. Tetapi di sisi lain harus tetap memegang prinsip :
    a. Tidak menggunakan kemerdekaan pers untuk semata-mata kemerdekaan pers situ sendiri, melainkan untuk terlaksanya berbagai fungsi dan misi idiil dalam rangka pengabdian kepada masyarakat, bangsa dan negara;
    b. Tidak secara sadar atau di luar kesadaran menggunakan kemerdekaan pers untuk hal-hal yang bias secara langsung atau tidak langsung membahayakan bangsa dan negara, dan atau merugikan seseorang individu atau kelompok;
    c. Kemerdekaan pers harus diapresiasikan sebagai karunia sekaligus amanah dari Allah SWT yang penggunaannya harus dipertanggungjawabkan di *Mahkamah Akhirat* kelak. Karena itu penggunaannya harus senantiasa dilandasi, dijiwai, digerakan dan dikendalikan oleh keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT, serta oleh penghayatan terhadap Kode Etik Jurnalistik dan komitmen untuk mentaatinya.
3. *HU Pikiran Rakyat* harus memanifestasikan keindependenannya dalam bentuk berani menentukan sikap atau pilihan. Keindependenan tidak harus selalu diartikan bersikap netral.

4. *HU Pikiran Rakyat* harus tampil berani, tetapi tidak *sologoto* (main labrak), melainkan tetap bijak dan seksama dalam mempertimbangkan perlu/patut atau tidaknya sebuah berita, artikel, foto atau gambar yang disajikan.
5. *HU Pikiran Rakyat* harus transparan, tidak vulgar.
6. *HU Pikiran Rakyat* harus menjadikan dirinya surat kabar yang memperoleh respek serta dibanggakan dan *dipikanyaah* oleh masyarakat Jawa Barat yang *pituin* (urang Sunda), tetapi memperoleh respek pula dari masyarakat Jawa Barat yang *mukimin* (suku-suku lain yang menetap di Jawa Barat). Untuk menjadi surat kabar demikian, HU Pikiran Rakyat harus :
    a. Konsisten pada kiprahnya sebagai *Koran daerahnya Jawa Barat*. Itu harus dicerminkan antara lain oleh policy redaksionalnya yang mengutamakan pemberitaan mengenai peristiwa dan masalah yang terjadi di Jawa Barat, maupun yang terjadi atau bersumber di daerah lain, bahkan di luar negeri sekalipun, tetapi ada relevansinya dengan kepentingan daerah dan atau masyarakat Jawa Barat ;
    b. Menitikberatkan peran sertanya menunjang pembangunan daerah dan masyarakat Jawa Barat, serta secara tekun menyalurkan aspirasi yang hidup di Jawa Barat, dan secara gigih memperjuangkan kepentingan daerah/masyarakat Jawa Barat;

c. Berperan serta seoptimal-optimalnya dalam *ngamumule* (memelihara dan melestarikan) kebudayaan Sunda, serta mengupayakannya menjadi komponen kebudayaan nasional Indonesia yang masih sedang diciptakan;

d. Menerapkan dalam jurnalistik-nya *HU Pikiran Rakyat* nilai-nilai luhur yang diwariskan oleh para Leluhur Tatar Sunda, sebagaimana terkandung antara lain di dalam nasihat-nasihat :

1) *Ulah catang dirumpak, tunggul dirurud*. Kalau mengerjakan sesuatu, termasuk dalam memberitakan sesuatu, tidak boleh sembrono, tidak boleh main labrak seenaknya, melainkan *kudu nyanghulu ka hokum, nunjang ka nagara, mufakat ka balarea,* yang artinya senantiasa menjunjung tinggi hukum dan peraturan Negara, serta tatakrama yang berlaku dalam masyarakat;

2) *Kudu hade ku omong, goring ku omong*, penerapannya oleh wartawan adalah harus senantiasa mengkonfirmasikan lebih dulu informasi yang diperolehnya, sebelum memberitakannya. Selain daripada itu *HU Pikiran Rakyat* harus menjadikan dirinya sebagai forum dialog antara warga masyarakat dengan pemerintah, serta antar warga masyarakat;

3) *Ulah cacag nangkaeun*. Kalau memberitakan sesuatu harus memberikan gambaran yang utuh, di samping tentunya akurat dan obyektif;

4) *Ulah sok nyakompetdaunkeun*. Jangan main generalisasi, terutama dalam memberitakan sesuatu yang negatif ;

e. Menjadi motivator masyarakat Jawa Barat *pituin*, agar menyikapi kehadiran masyarakat Jawa Barat yang *mukimin* dengan berpegang pada nilai-nilai luhur budaya Sunda yang antara lain terkandug dalam nasihat, agar *someh ka semah*. Seraya memotivasi masyarakat Jawa Barat yang *mukimin* agar tidak menjadi *semah* dalam arti *ngahesekeun anu boga imah* (menimbulkan kesulitan bagi masyarakat *pituin*).

Masyarakat Jawa Barat yang *mukimin* harus dimotivasi oleh *HU Pikiran Rakyat* untuk berpegang pada filosofi yang terkandung di dalam ungkapan, *"dimana bumi dipijak, disana langit dijunjung"* ;

f. Menjadi motivator bagi tumbuh dan berkembangnya kehidupan yang *runtu raut dan sapapait samamanis* di antara masyarakat Jawa Barat yang *pituin* dengan masyarakat yang *mukimin*, maupun di antar sesama *pituin* dan antar *mukimin*. Bukannya secara sadar atau di luar kesadaran menjadi motivator bagi tumbuh dan berkembangnya kehidupan yang *aing-aingan*. Apalagi secara sadar atau di luar kesadaran menjadi provokator perpecahan.

7. Selain daripada itu sudah barang tentu *HU Pikiran Rakyat* harus menjadi surat kabar yang religious, dalam arti segala sesuatunya, termasuk pemilihan dan pemuatan berita-berita dan sajian-sajian lainnya, dilakukan dengan senantiasa dilandasi, dijiwai, digerakan dan dikendalikan oleh ajaran agama yang melarang main fitnah, mengadu domba, menimbulkan perpecahan. *HU Pikiran Rakyat* harus menjadi dan dijadikan wahana untuk *ber-amar ma'ruf* dan *ber-nahi munkar*. Wahana untuk mengajak kepada kebenaran, menyeru kepada kebajikan, mencegah kemunkaran, kebatilan dan ketidakadilan.

3.1.3 Logo Perusahaan

Pada awalnya kata "Pikiran Rakyat" diambil dari suara masyarakat dan pikiran masyarakat yang tidak dapat disampaikan secara langsung kepada pihak yang bersangkutan. Dan juga informasi-informasi yang ada diluar sana tidak dapat diterima oleh masyarakat yang berketerbatasan dalam hal ekonomi.

Gambar 3.1

Logo Perusahaan



Sumber : Arsip Pikiran Rakyat, 24 Maret 1966

Gambar 3.2

Maskot Perusahaan



Sumber : Arsip Pikiran Rakyat, April 1967

Mang Ohle adalah simbol atau ikon yang digunakan Pikiran Rakyat, mencerminkan lelaki paruh baya yang santun, bijaksana, berwawasan luas serta dicirikan dengan menggunakan kostum khas masyarakat daerah Sunda yakni peci dan sarung.

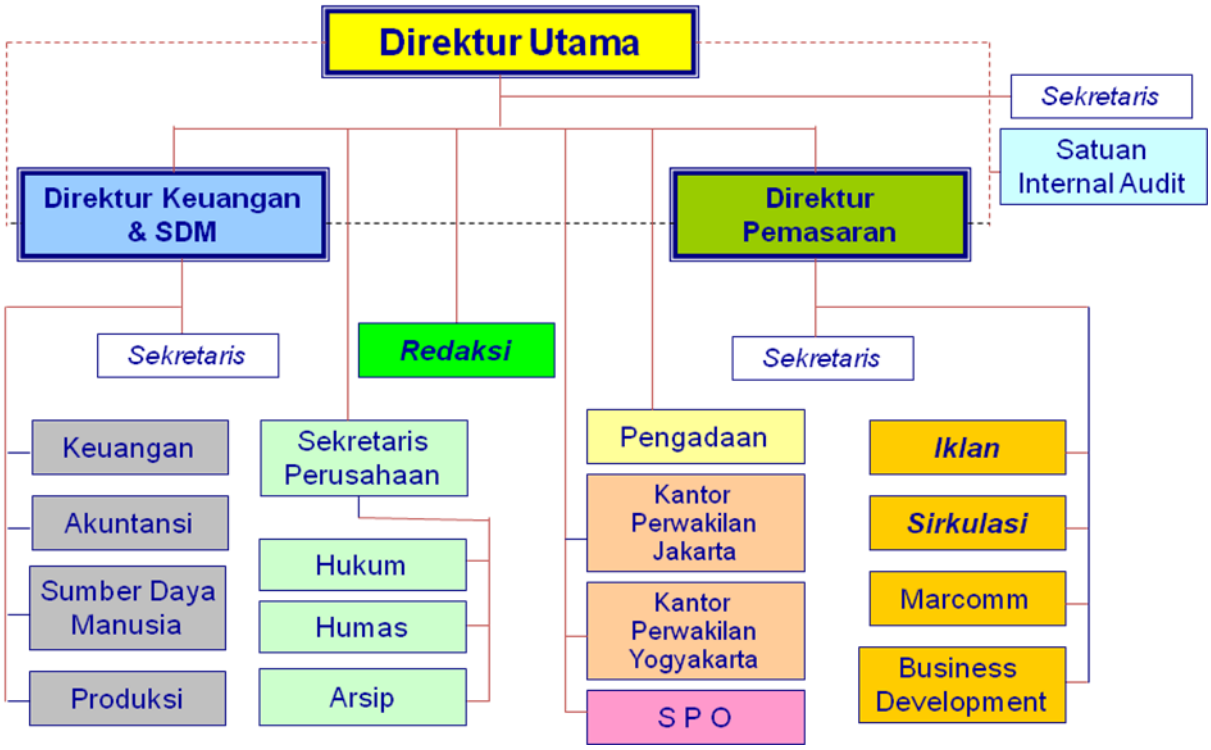
3.1.4 Struktur Organisasi PT. Pikiran Rakyat

Berdasarkan dari data yang diberikan oleh pihak Humas, PT. Pikiran Rakyat dipimpin oleh seorang Direktur Utama, yang membawahi Sekretaris, Satuan Internal Audit, Direktur Keuangan dan SDM, Sekretaris Perusahaan, Hukum, Humas, Arsip, Redaksi, Pengadaan, Kantor Perwakilan Jakarta, Kantor Perwakilan Yogyakarta, SPO dan Direktur Pemasaran.

Dimana Direktur Keuangan dan SDM dibantu oleh sekretaris, yang mengawasi bagian Keuangan, Akuntansi, Sumber Daya Manusia dan Produksi. Sedangkan Direktur Pemasaran dibantu oleh Sekretaris guna mengawasi kinerja bagian Iklan, Sirkulasi, *Marcomm,* dan *Business Development*. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada daftar gambar di bawah ini:

Gambar 3.3

Struktur Organisasi PT. Pikiran Rakyat Bandung



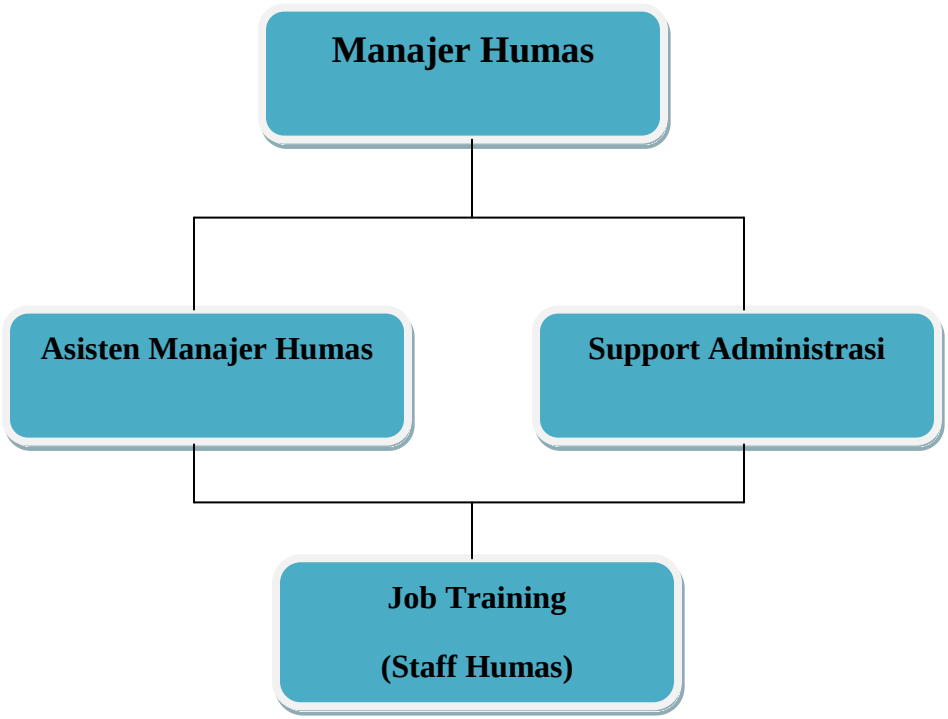
Sumber : Arsip Pikiran Rakyat, 1999

3.1.5 Struktur Humas PT. Pikiran Rakyat

. Pikiran Rakyat mempunyai divisi Humas guna membantu Direktur Utama dalam menangani masalah baik dalam maupun luar perusahaan yang berhubungan dengan citra perusahaannya. Dalam divisi ini, Humas PT. Pikiran Rakyat dipimpin oleh seorang Manajer Humas yaitu Bapak H. Asep Bakrie yang dibantu dua orang asistennya yakni Bapak Dicky Harisman selaku Asisten Manajer Humas dan Ibu Rona Desinitafarla selaku Support Administrasi, serta Job Trainig selaku Staff Humas yang membantu Asisten Humas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada daftar gambar di bawah ini:

Gambar 3.4

Struktur Divisi Humas PT. Pikiran Rakyat Bandung



Sumber : Arsip Humas PT. Pikiran Rakyat, Desember 2009

3.1.6 Job Description

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 ditawarkandan 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

Penggunaan bartet iklan sebagai upaya meningkatkan kerjasama saling menguntungkan dengan kompensasi yang menguntungkan bagi perusahaan. 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

Membenahi dan mengaktifkan kelompok pembaca PR (KPPR) dengan jalan :

1) Kunjungan untuk melakukan dialog langsung sehingga dapat kita ketahui sejauh mana perkembangan KPPR.
2) Melengkapi kepustakaan KPPR dengan jalan mencari donatur/relasi yang dapat menyumbangkan buku-buku**.**
3) Pembentukan KPPR baru di KAB yang belum memiliki KPPR/di KAB yang dirasa perlu dikembangkan lagi.

Pembinaan agen dan luper :

1) Secara rutin, setiap tahun PR memberikan beasiswa bagi putra-putri agen, loper, dan pengecer.
2) Memberikan hadiah ONH untuk agen berprestasi.
3) 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, *study 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/public 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 PR 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, mis : Coca-cola, Mc Donald’s, RCTI, dll.
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 di lingkungan 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/hubungan antar karyawan itu sendiri.

G. Humas :

Ruang lingkup aktivitas PR/Humas meliputi :

1. Membina hubungan kedalam (*internal public*)

   Public internal yang dimaksudkan adalah public yang merupakan bagian dari satu unit, badan, perusahaan.

2. Mampu mengidentifikasikan hal-hal yang menimbulkan gambaran positif maupun negatif didalam masyarakat, sebagai kebijaksanaan yang dijalankan oleh suatu perusahaan maupun organisasi.
3. Membina ekternal yang dimaksud adalah *public* umum (Masyarakat) yang mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran tentang suatu yang baik terhadap *public* yang diawalinya.
4. Meningkatkan koordinasi/kerjasama dengan relasi

   a. Bekerjasama dengan organisasi2 kehumasan, mis : 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, dll.

c. Bekerjasama dengan media cetak dan elektronik, misalnya : TVRI, RCTI, Kompas dll.

5. Menerbitkan Jurnal Intern “ mediator “

Dari serangkaian program kerja humas PT. PR selalu mengadakan kegiatan-kegiatan dalam rangka mencapai hub yang harmonis dalam kesehariannya, baik antar internal perusahaan, maupun ekternal perusahaan.

Menurut analisa penulis humas PT. PRB sudah dapat melakukan apa yang menjadi kegiatan PR sehari-hari yang harus dilakukan untuk mencapai suatu perubahan yang bersifat tetap/memajukan nilai2 positif bagi PT.PR sendiri, dan dapat menciptakan citra yang baik dalam hubungan masyarakat dan karyawan perusahaan.

H. Radio Mustika- FM

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

I. 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 terpeliharanya 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 dsb.

10. Produksi

    Mengamankan proses cetak, menyediakan bahan baku cetak, mendistribusikan koran ke bagian Sirkulasi

11. P3

    Mengamati situasi persaingan, menetapkan kenaikan harga koran, menetapkan kebijakan startegi perusahaan.

12. Teknologi Informatika

    Support komputeriasi di lingkungan PT. PRB, membuat *back-up* data perusahaan, secara periodik melakukan up-grade program/software di perusahaan.

13. Hukum

    Mencatatkan aset perusahaan di kantor notariat, memelihara dan menginventarisasi aset perusahaan.

3.2 Tinjauan Tentang Populasi Penelitian

Para pengunjung yang datang ke PT. Pikiran Rakyat pada hari Kamis tanggal 8 Juli 2010 pukul 09.00 wib berasal dari Universitas BSI Bandung yang terletak di jalan Sekolah Internasional No. 1-6, Antapani Bandung. Pengunjung yang datang pada saat itu seharusnya berjumlah 60 orang. Karena sudah masuk waktu liburan, jadi pengunjung yang datang hanya berjumlah 40 orang.

Mereka kuliah di Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi, sebagian besar dari mereka baru menginjak semester 2. Tujuan kedatangan mereka adalah untuk mengetahui bagaimana teknik dan metode yang dimiliki PT. Pikiran Rakyat dalam menghadapi masalah perekonomian perusahaannya. Pada kunjungan saat itu mereka bersikap interaktif sekali.

Setelah pihak dari PT. Pikiran Rakyat memberikan materi, para pengunjung mengajukan beberapa pertanyaan yang menarik untuk dijawab. Di sela-sela sesi tanya jawab, peneliti memberikan angket penelitian setelah mendapat instruksi dari Asisten Manajer Humas PT. Pikiran Rakyat Bapak Dicky Harisman. Saat penyampaian materi selesai, pengunjung mengembalikan angket lalu diajak berkeliling untuk melihat-lihat lingkungan kerja yang ada di redaksi PT. Pikiran Rakyat. Sesudah itu, para pengunjung melakukan sesi pemotretan yang dilakukan di halaman depan kantor redaksi dan berpamitan pulang.

Sedangkan pengunjung yang berikutnya datang ke PT. Pikiran Rakyat pada hari Kamis tanggal 15 Juli 2010 pada pukul 16.00 wib berasal dari Dinas Kementerian Sosial Republik Indonesia yang berpusat di jalan Salemba Raya No. 28 Jakarta Pusat. Pengunjung yang datang adalah seluruh Biro Humas Kementerian Sosial dari berbagai provinsi di Indonesia.

Pada awalnya pengunjung yang akan datang adalah 88 orang, karena alasan berhalangan, maka pengunjung yang hadir hanya 67 orang. Tujuan diadakannya kunjungan ke PT. Pikiran Rakyat adalah untuk mengetahui secara langsung praktek media dalam mendukung kegiatan kehumasan. Pengunjung yang hadir berada dalam program kerja, dimana pengunjung akan memantapkan bidang kehumasannya.

Sebelum acara dimulai, saya menaruh angket di atas meja pengunjung berdasarkan instruksi Asisten Manajer Humas PT. Pikiran Rakyat Bapak Dicky Harisman. Bapak-bapak dan Ibu-ibu yang hadir pada saat itu, memberi motivasi dan semangat kepada pihak PT. Pikiran Rakyat. Karena pertanyaan-pertanyaan yang dilontarkan dari pihak Kementerian Sosial sangat berbeda dengan pengunjung-pengunjung lainnya.

Sehingga, Asisten Manajer Humas PT. Pikiran Rakyat Bapak Dicky Harisman mendapatkan kesan yang sangat berarti. Beliau mengatakan “baru kali ini saya merasa ilmu saya bertambah dan saya merasakan kehumasan saya berjalan efektif”. Setelah sesi tanya jawab berakhir, pengunjung melakukan sesi pemotretan di halaman depan redaksi PT. Pikiran Rakyat dan berpamitan pulang.

Pada kunjungan ini, peneliti juga merasa bahwa ilmu dan wawasan tentang kehumasan bertambah. Peneliti juga merasa bahwa populasi yang peneliti ambil sangat intelektual dan ramah-ramah. Sehingga peneliti merasa tidak dipersulit untuk memperoleh data pengunjung dan jawaban dari angket penelitian yang disebarkan oleh peneliti.