BAB II
TINJAUWAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Harian Pagi Bandung Ekspres

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 percetakan yang tersebar di seluruh pelosok Indonesia. Menurut Penanggung Jawab Redaksi Bandung Ekspres Nana Hanafi, 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 Nana Hanafi. Dalam masalah pemberitaan Bandung Ekspres mencoba menyajikan berita-berita secara tersaji cepat, akurat, dan faktual, oleh karena itu Harian Pagi Bandung Ekspres mencoba untuk menjadi Koran yang ekslusif, dengan menghadirkan atau menyajikan Rubrik Olahraga, yaitu SPORTIVO, dimana rubrik olahraga ini menjadi rubrik unggulan di harian Bandung Ekspres dengan total halaman 8 halaman yang menjadikan Harian Pagi Bandung Ekspres sebagai Harian Pagi yang paling unggul dalam rubrik olahraga dibandingkan dengan Harian Pagi lain, selain rubrik olahraga, ada pula rubrik seputar tentang keremajaan atau ABG, yaitu rubrik EKSPRESI.

2.2. Sejarah Divisi Redaksi Harian Umum Bandung Ekspres

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. Bagian Redaksi Harian Umum Bandung Ekspres sejarah berdirinya bagian redaksi ini tak lepas dari pertama kalinya berdirinya perusahaan penerbitan surat kabar ini pada tahun 2009. Sejarah keberadaannya bagian redaksi khususnya pada jajaran redaksional Harian Umum Bandung Ekpres yang tampak seperti sekarang ini, dimulai ketika Harian Umum Bandung Ekspres di miliki oleh manajemen dibawah naungan Group Jawa Pos. Perusahaan ini tidak melepaskan kegiatan jurnalistiknya, bahkan

dibawah naungan manajemen sekarang ini, bisa lebih maju dan dapat mengedepankan prinsip idealisme pers selaras terhadap upaya – upaya kearah komersil. Serta dapat menempatkan diri di hati para pembacanya khususnya di semua kalangan masyarakat. Harian Umum Bandung Ekspres 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. 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.

2.3. Profil Perusahaan

2.3.1. Data Teknis

Nama Perusahaan	: PT. Bandung Ekspres
Alamat Redaksi	: Jl Soekarno Hatta No 627 Bandung
Telp	:(022)7302838/7311949Fax(022) 7316634
Jenis Usaha	: Penerbitan dan surat kabar
Tahun Didirikan	: 7 Februari 2009
Bentuk Perusahaan	: Perseroan Terbatas
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

Email : redaksi@bandungekspres.com/
bdgekspres@gmail.com

2.3.2. Data Sirkulasi

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

2.3.3. Tiras

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

- Kota Bandung 45%
- Kab. Bandung 20%
- Kota Cimahi 25%
- Kab. Bandung Barat 20%

+ Harga langganan Rp 27.000/bulan

+ Harga eceran Rp 1000

2.3.4. Profil Pembaca

- Jenis Kelamin

  Laki-laki 70%

  Perempuan 30%

- Usia

  <19 Tahun 12%

  20-19 Tahun 16 %

  39. Tahun 27 %

  40-49 Tahun 36%

  >50 Tahun 9%

- Pendidikan

  Tamatan SMP 5%

  Tamatan SMA 42%

  Akademi 23%

  Universitas 30%

- Pekerjaan

  Wiraswasta/Swasta 15%

  Pegawai Negeri/BUMN 10%

  Mahasiswa/siswi 25%

  Pelajar 30%

  Ibu Rumah Tangga 15%

  Lain-lain 5%

2.3.5. Proses Produksi Harian Pagi Bandung Ekspres

Bagan produksi harian Bandung Ekspres dari mulai proses pencarian berita sampai ke tangan pembaca. 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. Demikian juga dengan bagian redaksi Harian Pagi Bandung Ekspres sejarah berdirinya bagian redaksi ini tak lepas dari pertama kalinya berdirinya perusahaan penerbitan surat kabar ini pada tahun 2009.

Sejarah keberadaannya bagian redaksi khususnya pada jajaran redaksional Harian Pagi Bandung Ekpres yang tampak seperti sekarang ini, dimulai ketika Harian Pagi Bandung Ekspres di miliki oleh manajemen dibawah naungan Group Jawa Pos. Perusahaan ini tidak melepaskan kegiatan jurnalistiknya, bahkan dibawah naungan manajemen sekarang ini, bisa lebih maju dan dapat mengedepankan prinsip idealisme pers selaras terhadap upaya – upaya kearah komersil. Serta dapat menempatkan diri di hati para pembacanya khususnya di semua kalangan masyarakat. Harian Pagi Bandung Ekspres merupakan surat kabar yang terbit setiap hari, yang lebih mengkhususkan diri pada pemberitaan lokal

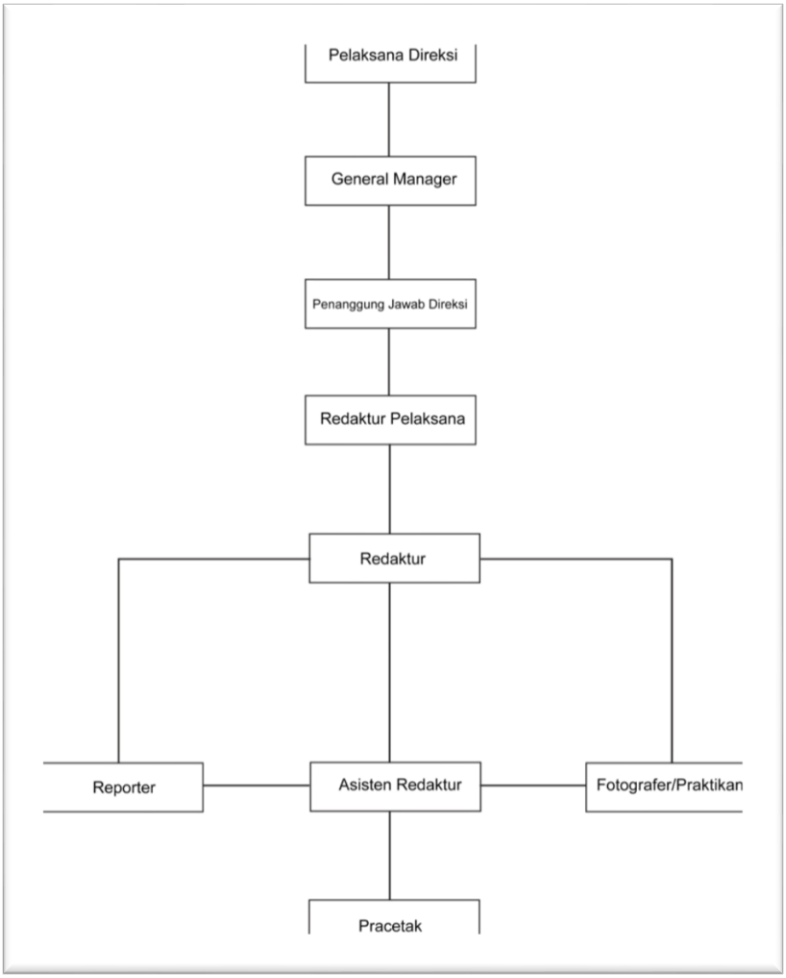
yaitu kejadian yang terjadi di sekitar provinsi jawa barat saja. Sedangkan berita – berita yang sifatnya Nasional hanya lebih bersifat untuk melengkapi.

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.

2.4 Struktur Organisasi Harian Pagi Bandung Ekspres

Dalam Pengelolaan nya Struktur tata kerja Harian Pagi Bandung Ekspres tersusun secara vertikal, Yaitu Komisaris Utama membawahi Direktur Redaksi, Dan General Manager, dan masing-masing membawahi bidang-bidang lainnya Berikut adalah bagan struktur dari Harian Pagi Bandung Ekspres

Ganbar II.1 (Struktur Organisasi)



(Sumber : Data Harian Pagi Bandung Ekspres)

2.4.1. Struktur Perusahaan

Komisaris Utama : H. Alwi Hamu

Asiten Komisaris : Dwi Nurmawan

Arif Badi Karyawan

Direktur Utama : H. Suparno

Asisten Direktur : Yanto S Utomo

Priyo Susilo

Pelaksana Direksi : H. Abdul Muis Masduki

General Manager : Eko Suprihatmono

Pemimpin Redaksi : Nana Hanafi

Redaktur : Cevi M Taufik

Handri Susan Budiman

Nanang Sungkawa

Nurholis Sutady

Hanhan Husna Firmansyah

Gia Gusniar

Reporter : Arief Indra Dwisetyadi

Eriek Taopik

Doni Ramdhani

Adi Ginanjar Maulana

Kiki Nurjaman

Hendriyanto Attan

Igun

Idris Kusnandar

Fotografer : Armin Abdul Jabbar

Pracetak : Evi Herminati(koordinator)

Jajang Gunawan

Tian Rustiana

Ahmad Sulaeman

Harry Santosa

Rizki Oktaviani.S

Komunikasi Bisnis : Sofyan

Iklan : Arya

Odelius

Pemasaran : Edi Sutiyo (Manager)

Sofyan Somantri

Ismail Fikri

Dudi Kusmayudi

Even dan Promosi : Rahmat Kartolo (Manager)

Ana Wugina

2.5 Job Description

- Direksi sebagai pemimpin tertinggi perusahaan. Memegang kebijakan perusahaan.
- General Manager sebagai penanggung jawab yang menangani langsung operasional perusahaan. General Manager bertanggung jawab kepada Direksi dan mempunyai tugas sebagai pelaksana harian dan bertanggung jawab ataas apa yang terjadi pada setiap harinya dan mengontrol serta mengorganisasi mengenai
- staf keseluruhanperusahaan dan mengatur, membina, mengawasi pelaksanaan kinerja harian ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target perusahaan sebuah Harian Pagi Bandung Ekspres.
- Pemimpin Redaksi sebagai pemimpin tertinggi pada divisi redaksi bertanggung jawab terhadap segala macam kebijakan,

manajemen, serta kegiatan redaksi. Pemimpin Redaksi bertanggung jawab penuh atas keluarnya satuproduk/ berita untuk naik cetak menjadi sebuah surat kabar. Menjalankan kebijakan redaksional sebagai institusi sosial dan bisnis yaitu menyebarluaskan

- informasi secara jujur, melakukan kontrol sosial, menyalurkan aspirasi masyarakat dan berperan sebagai media komunikasi yang mempunyai nilai jual sesuai dengan dasar dan Anggaran Rumah Tangga Perusahaan.
- Redaktur mengkondisikan reporter dan memperhatikan isi dan pewajahan halaman. Bertanggung jawab pada halaman yang dipegangnya. Membantu pemimpin redaksi menjalankan kebijakan redaksional dan merumuskan program perusahaan yang berkaitan dengan bidang redaksi serta melaksanakannya dengan penuh tanggung jawab.
- Asisten Redaktur menjalankan peran utama dalam menentukan kualitas berita yang akan dimuat surat kabar.
- Reporter bertugas meliput berita, membuat tulisan . Bertanggung jawab pada redaktur halaman masingmasing. Reporter juga bertugas untuk mencari sebuah
- kebenaran berita yang telah ditentukan oleh redaktur tanpa terkecuali mendapatkan berita yang diluar perintah redaktur.

- Fotografer bertugas Tujuannya bukan untuk mengirim mereka keluar dan mencatat hal-hal visual sudah di tulis. Tujuan dalam banyak contoh akan memungkinkan mereka untuk melakukan pelaporan visual mereka sendiri serta penelitian, dengan cara melengkapi dan memperkuat, tetapi tidak perlu mengulangi, informasi yang telah berkumpul untuk teks.
- Percetakan Mendesain/layout halaman surat kabar secara garis besar tidak jauh berbeda dengan mendesain poster ataupun produk desain lainnya. Surat kabar hanyalah salah satu contoh produk karya desain dalam bidang media cetak. Layout surat kabar juga merupakan bagian dari proses seni serta kreatifitas dalam meracik grafis.
- Komunikasi Bisnis komunikasi yang digunakan untuk membangun partnerships, sumber daya intelektual, untuk mempromosikan satu gagasan; suatu produk; servis; atau suatu organisasi, dengan sasaran untuk menciptakan nilai
- bagi bisnis yang dijalankan. Komunikasi Bisnis meliputi pengetahuan yang menyeluruh dari sisi internal dan eksternal bisnis tersebut. Komunikasi yang internal termasuk komunikasi visi (perseroan/perusahaan), strategi, rencana-rencana, kultur/budaya perusahaan, nilai-nilai dan prinsip dasar yang terdapat di perusahaan, motivasi karyawan, serta gagasan-gagasan, dll. Komunikasi eksternal termasuk merek, pemasaran, iklan,

hubungan pelanggan, humas, hubungan-hubungan media, negosiasi-negosiasi bisnis, dll. Bagaimanapun bentuknya, semua hal tersebut memiliki tujuan yang sama, yaitu menciptakan suatu nilai bisnis.

- Iklan bertugas di koran harian setidaknya untuk jangka waktu yang [selamanya]. Mengharapkan untuk menjalankan iklan surat kabar selama dua bulan sebelum Anda melihat peningkatan dalam penjualan. Butuh beberapa waktu untuk membangun kepercayaan. Dan jika Anda berhenti, Anda harus mulai dari awal lagi. Jangan buang uang Anda memulai sebuah program periklanan surat kabar jika Anda tidak dapat memberinya waktu untuk bekerja.
- Pemasaran bertugas
    - Merencanakan dasar tentang strategi media, yaitu menyangkut kapan dan dalam media apa saja iklan tersebut akan dimunculkan, sesuai dengan tujuan strategi
- pemasaran yang hendak dicapai
    - Bertanggungjawab atas kelancaran kerja di dalam Departemen Media
    - Melakukan kontrol dan monitoring atas pelaksanaan tugas di departemennya
    - Bekerjasama dengan bagian kreatif dan mampu memberikan masukan strategi kreatif dalam perencanaan

suatu iklan berdasarkan pilihan media Marketing Advertising

- Berfungsi sebagai media planner dan media buyer
- Melakukan riset tentang efektifitas media
- Melakukan analisis mengenai karakteristik setiap media
- Mengetahui perkembangan media advertising terkini
- Melakukan negosiasi dengan pihak media untuk mendapatkan harga yang sesuai
- Melakukan kerjasama yang positif dengan berbagai media baik cetak maupun elektronik
- Menjual dan membeli sarana media (bisa berupa ruangan di majalah, surat kabar, lokasi untuk papan bilboard, jam tayang Televisi, dan lain-lain) kepada klien.
- Mendapatkan persetujuan klien atas semua pekerjaan yang akan dilaksanakan.

❖ Event dan promosi tugas mencuptakan berbagai bentuk kerjasama dengan pihak sponsor yang mendatangkan keuntungan bagi keduabelah pihak. Event dan promosi dapat digarap tergantung dari lobi, negosiasi dan strategi yang du jakanhan event dan promosi

❖ Komisaris utama pada harian ini. Tugasnya ialah bertanggung jawab atas perusaahaan terhadap tercapainya sasaran dan tujuan perusahaan. Selain itu juga berperan untuk Mengawasi Direksi

perusahaan dalam mencapai kinerja dalam business plan dan memberikan nasehat kepada Direksi mengenai penyimpangan pengelolaan usaha yang tidak sesuai dengan arah yang ingin dituju oleh perusahaan.

- Asisten Komisaris bertugas untuk mem*backup* perusahaan terhadap tercapainya sasaran dan tujuan perusahaan, bila mana komisaris utama berhalangan hadir.
- Direktur utama adalah jabatan yang ditunjuk dan memberi laporan kepada Dewan Direksi / Board of Director (BOD)
- Asisten Direktur betugas jabatan yang ditunjuk dan memberi laporan kepada Dewan Direksi / Board of Director (BOD) bila mana direktur utama berhalangan hadir.

2.6. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana merupakan hal terpenting yang harus dimiliki oleh perusahaan pers dalam menunjang para karyawan dalam melakukan pekerjaan. Sarana dan prasarana yang dimiliki Harian Pagi Bandung Ekspres meliputi :

Tabel II.1 (Sarana dan Prasarana)

No	Sarana dan Prasarana	Jumlah
1	Komputer	**40**
2	Printer	**6**
3	Printer	**1**
4	Internet	**1**
5	Server (Komputer data)	**2**
6	Telepon	**1**
7	Faksimili	**3**
8	Televisi	**1**
9	Ruang Pemred	**1**
10	Ruang Redaksi	**1**
11	Ruang Rapat Redaksi	**1**
12	Ruang Tamu	**1**
13	Ruangan Percetakan	**1**
14	Mesin Percetakan	**4**

15	Toilet	**8**
16	Mushola	**1**

(Sumber : Data Harian Pagi Bandung Ekspres)