BAB II

TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

PT. Wahana Semesta 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.*

PT.Wahana Semesta Bandung Ekspres didirikan di Bandung pada tahun 2009. Surat Kabar Bandung Ekspres berdiri di bawah naungan Jawa Pos karena adanya izin dari Harian Jawa Pos maka Surat Kabar Bandung Ekspres terbit menjadi sebuah Surat Kabar pada tanggal 7 Februari 2009 di Jalan Soekarno Hatta.No. 627 Bandung yang dipimpin oleh pemimpin Umum Acep Aryana dan pemimpin perusahaaan Eko Suprihatmoko. Bandung Ekspres adalah sebuah Surat kabar lokal di kota Bandung.

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.

Surat kabar Bandung Ekspres mempunyai satu kekhasan yang sangat berbeda dengan surat kabar lainya terutama pada harian lokal di kota Bandung. Keberhasilan Surat Kabar Bandung Ekspres ini selain pada berita-berita umumnya Surat Kabar ini terletak pada satu rubrik yang sangat bagus dengan adanya rubrik megapolitan.

Surat kabar Bandung Ekspres menyajikan berita lokal sekitar wilayah bandung seperti khususnya Kabupaten Bandung, Bandung Barat, Bandung Tengah,Bandung Timur dan Cimahi mencakup keseluruhan Bandung Raya. Sedangkan berita-berita Nasional dan berita lainnya hanya untuk melengkapi. Surat kabar Bandung ekspres dapat diminati oleh semua kalangan masyarakat, tetapi lebih menekankan kepada kalangan menengah kebawah. Surat kabar Bandung Ekspres sudah bisa dinikamati oleh semua masyarakat bandung, karena pemasarannya sudah hampir ke seluruh wilayah bandung. Surat kabar Bandung Ekspres banyak di minati masyarakat bandung karena beritanya yang

disajikan secara akurat, tajam dan terpercaya agar khalayak dapat mengetahui berita secara benar.

2.2 Visi dan Misi Surat Kabar Bandung Ekspres

Surat Kabar Bandung Ekspres adalah sebuah media surat kabar lokal yang ada di Bandung dan mempunyai visi dan misi beberapa diantaranya adalah menjadi sebuah surat kabar yang menyebarkan berita-berita seputar lingkungan yang ada di Bandung pada khususnya dan pada umumnya adalah berita di luar daerah Bandung (Nasional) dan juga berita berkelas dunia dalam mewujudkan masyarakat untuk berpengetahuan lebih luas**.**

Menjalankan peran sebagai media surat kabar melalui penyebarluasan informasi bagi masyarakat**,** Menjalankan bisnis dalam dunia persurat kabaran, Berita dan kegiatan penunjangnya dengan prinsip organisasi yang berorientasi pasar (marketdrive organization) dalam daerah Bandung. Berperan proaktif dalam mewujudkan masyarakat berpengetahuan, Menyebarluaskan informasi tentang daerah Jawa Barat dan khususnya daerah Bandung mencoba menyajikan berita berita secara tersaji cepat, akurat, dan faktual.

2.3 Profil perusahaan

2.3.1 Data teknis

Nama Perusahaan	: PT. Bandung Ekspres
Alamat Redaksi dan pemasaran	: Jalan Soekarno Hatta No 627
Telp	: (022) 7302838/7311949

Fax	: (022) 7316634
Email	: redaksi@bandungekspres.com bdgekspres@gmail.com
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 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

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 Jumlah distribusi

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 Umum Bandung Ekspres

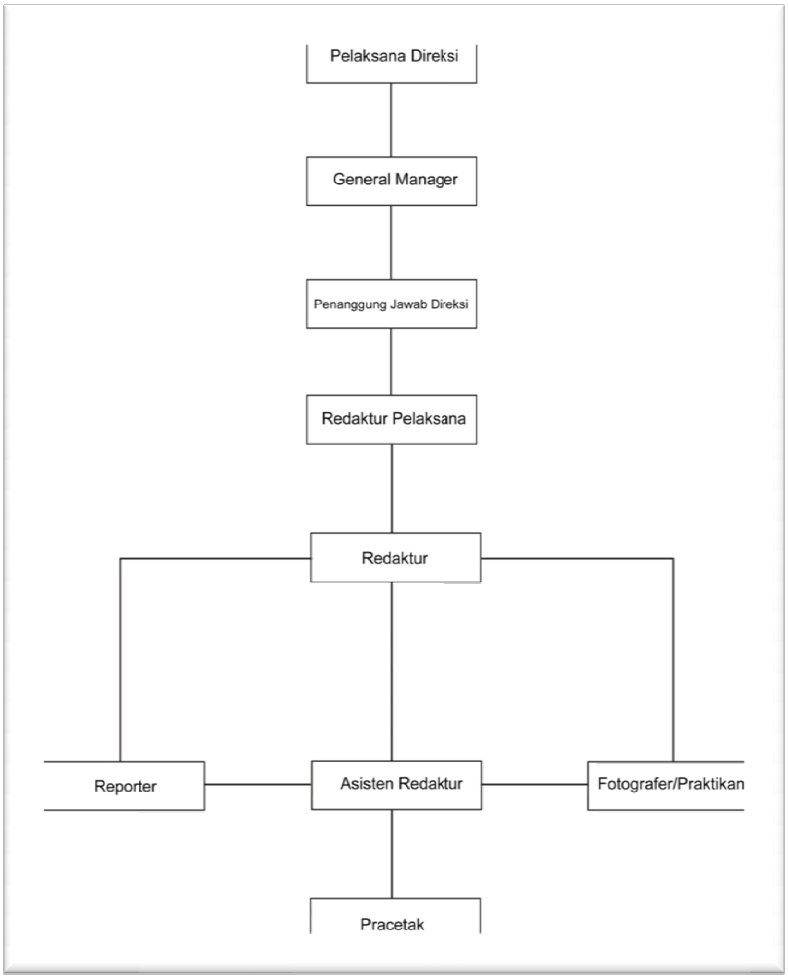
Bagan produksi dari mulai proses pencarian berita sampai ke tangan pembaca. Bagian Redaksi dalam sebuah surat kabar perusahaan yang bergerak di bidang penerbitan struktur / yang berkaitan dengan kegiatan jurnalistik, merupakan tulang punggung bagi perusahan surat kabar tersebut. Perusahaan penerbitan 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 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.

2.4 Struktur Organisasi Surat Kabar Bandung Ekspres

Surat kabar Bandung Ekspres di dalam Pengelolaannya Struktur tata kerja Surat kabar 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 Surat kabar Bandung Ekspres :



Tabel II.1

(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 satu produk/ 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 masing-masing. Reporter juga bertugas untuk mencari sebuah berita
- 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. Bagaimanapun bentuknya, semua hal tersebut memiliki tujuan yang sama, yaitu menciptakan suatu nilai bisnis.

- Iklan bertugas di koran harian setidaknya untuk jangka waktu yang tidak di tentukan. 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 dijalankan event dan promosi
- Komisaris utama 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 :

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**

Tabel II.2

(Sumber : Data Harian Umum Bandung Ekspres)