BAB III

OBJEK PENELITIAN

3.1 Sejarah Singkat Harian Umum Galamedia

Berdasarkan data yang diperoleh penulis dari bagian penelitian dan pengembangan PT. Galamedia Bandung Perkasa, Juni-Juli 2010. 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 (HU 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 (*Layout*). 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.

3.1.1 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) Jl.Soekarno-Hatta No.147, Bandung.

3.1.2 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

3.1.3 Visi dan Misi Redaksi HU Galamedia

Visi Redaksi HU Galamedia

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

Misi Redaksi HU 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

   Sumber : Redaksi H.U Galamedia 2010, Oktober

3.1.4 Motto HU 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, Etis, Akurat"

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.

3.1.5 Logo HU Galamedia

Selain motto, logo merupakan salah satu ornamen yang menguatkan identitas suatu perusahaan terlebih yang bergerak di bidang media, lebih tepatnya media massa cetak seperti logo HU Galamedia di bawah ini :

Gambar 3.1

Logo Harian Umum Galamedia



sumber : www.klik-galamedia.com 2010, Oktober

3.2 Sejarah Bagian Redaksi Harian Umum Galamedia

Bagian redaksi dalam sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penerbitan surat kabar atau yang berkaitan dengan kegiatan jurnalistik, dapat diibaratkan sebagai organ tubuh manusia yang paling vital yaitu jantung. Perusahaan penerbitan surat kabar tidak akan pernah bisa menjalankan kegiatannya tanpa adanya bagian redaksi. Bagian menjadi bagian yang menentukan kelangsungan hidup sebuah perusahaan penerbitan surat kabar. Di bagian ini pula semua kegiatan penting berjalan.

Demikian juga dengan bagian redaksi Harian Umum Galamedia pada PT. Galamedia Bandung Perkasa. Sejarah berdirinya Bagian Redaksi Harian Umum Galamedia tak terlepas dari pertama kali berdirinya perusahaan penerbitan surat kabar ini pada tahun 1968. Namun sejarah keberadaan bagian redaksi khususnya pada jajaran keredaksionalan Harian Umum Galamedia yang tampak seperti sekarang, dimulai ketika Harian Gala berganti kepemilikan atau manajemen dibawah naungan grup

Pikiran Rakyat. Peralihan manajemen ini tentu saja membuat struktur keredaksionalan. Harian Umum Gala berubah menjadi unit usaha yang merupakan bagian dari Grup Pikiran Rakyat dengan nama Perusahaan PT. Galamedia Bandung Perkasa, dan nama surat kabar pun ikut berubah menjadi Harian Umum Galamedia. Walau demikian perusahaan ini tidak melepaskan kegiatan jurnalistiknya, bahkan di bawah manajemen yang baru ini Harian Umum Galamedia, lebih bisa menempatkan diri di hati para pembaca khususnya di hati pembaca dari kalangan masyarakat menengah ke bawah.

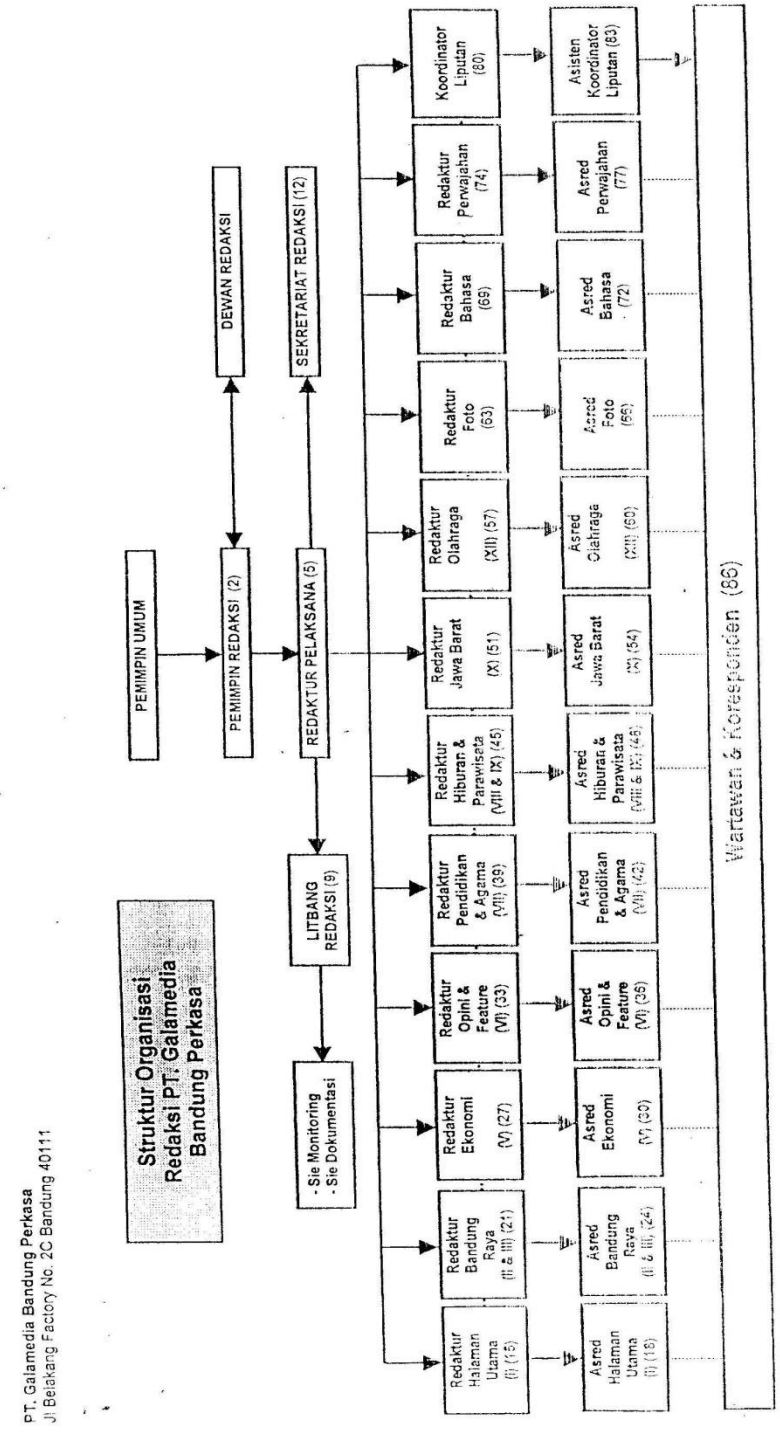
Harian Umum Galamedia merupakan surat kabar yang terbit setiap hari. Lebih mengkhususkan diri pada pemberitaan lokal yaitu kejadian atau peristiwa yang terjadi di sekitar Bandung Raya. Sedangkan berita-berita yang sifatnya nasional lebih bersifat untuk melengkapi. Serta sasaran pembacanya ditujukan untuk semua lapisan masyarakat, dengan lebih menekankan pada konsumen lapisan menengah ke bawah. Penekanan jenis beritanya yaitu Berita Hukum dan Kriminalitas atau berita yang bersifat suatu kasus. Semua berita yang disajikan pada Harian Umum Galamedia disajikan secara Etis, Tajam dan Akurat seperti halnya motto dari Harian Umum Galamedia.

3.2.1 Struktur Organisasi HU Galamedia

Setiap perusahaan memiliki struktur organisasi. Dimana 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



Sumber : Redaksi H.U Galamedia, 2010, Oktober

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

3.2.2 *Job Description* Redaksi Harian Umum Galamedia

Bagian Redaksi dipimpin oleh seorang Pemipin Redaksi bertanggung jawab kepada pemimpin perusahaan. Tugasnya ialah memimpin dan mengendalikan kegiatan keredaksian bagi terlaksananya mekanisme dan aktivitas

kerja kerekdasian serta mengawasi seluruh isi Rubrik dan pemberitaan pada Harian Umum Galamedia.

Dalam setiap perusahaan penerbitan atau surat kabar bagian redaksi memegang peranan yang cukup penting. Ia menjadi motor bagi bagian-bagian lainnya. Ia pula yang menjadi bagian yang menjalankan visi dan misi, serta idealisme sebuah media massa. Demikian juga pada Harian Umum Galamedia bagian redaksi menjadi salah satu bagian yang penting dalam menjalankan usahanya sebagai perusahaan surat kabar.

Struktur organisasi atau tata kerja Harian Umum Galamedia tersusun secara vertical, dimana pemimpim umum membawahi para bawahannya dengan cara tersusun kebawah.

a. Pemimpin Umum

Pemimpin umum bertanggung jawab atas keseluruhan jalannya penerbitan pers baik kedalam maupun keluar ia dapat melimpahkan pertanggung jawabannya terhadap hukum kepada Pemimpin Redaksi sepanjang menyangkut isi penerbitan (redaksional). Tugasnya ialah mengendalikan dan mengorganisasikan aktivitas terbit Harian Umum Galamedia secara profesional sehingga mendukung terhadap tercapainya sasaran dan tujuan perusahaan baik idil maupun komersial.

b. Pemimpin Redaksi

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

c. Dewan Redaksi

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

d. Redaktur Pelaksana

Redaktur Pelaksana Bertanggung Jawab kepada Pemimpin Redaksi. Tugasnya ialah mengatur pelaksanaan tugas kerekdasionalan Harian Umum Galamedia Bandung Perkasa sesuai dengan yang digaris bawahkan pemimpin redaksi dalam artian memimpin langsung aktivitas peliputan dan pembuatan pemberitaan oleh para wartawan dan editor.

e. Sekretariat Redaksi

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

f. Penelitian dan Pengembangan Redaksi

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

g. 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.

h. Redaktur

Redaktur bertanggung 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 halaman isi halaman yang akan diterbitkan pada Harian Umum Galamedia.

i. 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.

j. Asisten Redaktur

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

k. Wartawan

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

l. Koresponden

Merupakan wartawan Harian Umum Galamedia yang bertugas didaerah atau diluar wilayah keredaksionalan. Koresponden pada Harian Umum Galamedia mepunyai tugas liputan berita yang bersifat umum.

3.2.3 Sarana dan Prasarana

Tabel 3.1

Sarana dan Prasarana Bagian Redaksi Harian Umum Galamedia

Bandung Jawa Barat

No	Sarana dan Pra Sarana	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	Foto Copy	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 Assisten 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 Ruangan
31	Kendaraan Operasional	5 Unit

Sumber : Redaksi H.U Galamedia, 2010, Oktober

3.3 Pengelolaan Rubrik Otomotif

3.3.1 Sumber Tulisan

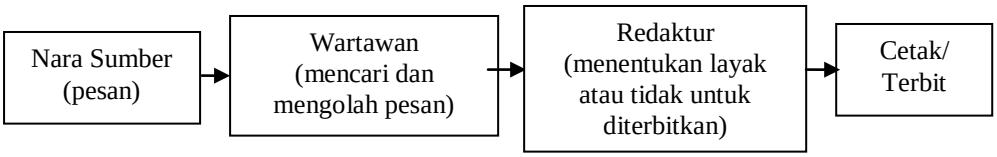
Dalam mencari dan mengolah data untuk dijadikan sebuah informasi berita yang tentunya di butuhkan masyarakat. Wartawan rubrik Otomotif H.U Galamedia, biasanya mendapatkan data-data seputar otomotif antara lain dari nara sumber (*Dealer*, bengkel, komunitas) ataupun dari Internet *shearching*, yang selanjutnya di olah menjadi sebuah Informasi.

3.3.2 Penentuan Tema

Penentuan sebuah tema yang ada pada Rubrik Otomotif, dari setiap penerbitan yakni satu minggu sekali biasanya Redaktur Otomotif lah yang berhak menentukan tema apa yang akan dibuat mengenai Otomotif. “Serta penetuan tema disesuaikan dengan perkembangan yang ada di kota Bandung”(Litbang, HU Galamedia).

3.3.3 Alur Informasi

Gambar 3.3



(Sumber : Hasil wawancara peneliti,2011)

Bisa kita lihat gambar di atas bahwa alur informasi Rubrik Otomotif yang terdapat pada HU Galamedia, pertama tentunya Nara sumber yang ada di lapangan serta *internet searching*, yang selanjutnya wartawan mengolah data tersebut menjadi sebuah tulisan/informasi yang menarik dan setelah itu wartawan menyerahkan tulisan tersebut kepada redaktur, tentunya redaktur otomotif tersebut adalah seorang yang mentukan tulisan tersebut layak untuk diterbitkan ataupun tidak serta redakturpun adalah seorang yang menentukan tema, yang tema tersebut sesuai dengan apa yang masyarakat butuhkan untuk penerbitan setiap minggunya.

3.3.4 Segmentasi

Adapun segmentasi atau yang dijadikan sasaran khalayak rubrik otomotif ini ialah semua kalangan. Menurut Sutisna Litbang HU Galamedia mengatakan bahwa :

> "Sasaran khalayak untuk rubrik ini ialah semua kalangan, karena isi rubrik ini seputar otomotif roda dua. Mengapa untuk semua kalangan karena dilihat dari fenomena pada jaman sekarang kendaraan roda dua atau sepeda motor menjadi sebuah kebutuhan Primer bagi masyarakt kota Bandung, yang tentunya kebutuhan masyarakat mengenai otomotif akan bertambah".(Litbang, HU Galamedia).

3.4 Vespa Antique Club (VAC)

3.4.1 Sejarah *Vespa Antique Club*

Berangkat dari kesamaan hobi dan kecintaan terhadap kepemilikan Vespa serta menjadi wahana tumbuhnya jalinan silaturahmi dan komunikasi yang dilandasi kebersamaan dan rasa kekeluargaan, maka terbesit fikiran yang sama dari beberapa orang (Pendiri) untuk mewadahi kesamaan hobi tersebut dalam bentuk organisasi perkumpulan pemilik dan penggemar Vespa.

Dengan dilator belakangi kesamaan hobi berkendaraan Vespa serta untuk lebih mempererat tali silaturahmi sesame pemilik dan penggemar, pada hari jumat tanggal 28 Oktober 1993 di Jalan Jamika Kota Bandung, diprakarsai oleh Drs. Solehudin (001), Drs. Acep Rahmat SH. (002), Dodo Suhendar (004), dan Franky Rahmat (007). Secara resmi mendeklarasikan ***VESPA ANTIQUE CLUB*** **(VAC).**

Didirikannya *Vespa Antique Club* pada waktu itu, adalah bertujuan guna menjadi wahana silaturahmi, komunikasi dan menyalurkan hobi wisata berkendaraan para pemilik/pemakai/penggemar roda dua jenis Vespa yang berazaskan kekeluargaan.

Sedangkan kata antique itu sendiri, adalah merupakan kalimat yang sering kali didengar para pendiri sebagai ungkapan spontan masyarakat ketika melihat dan memperhatikan Vespa diterima dan didengar waktu itu, maka sepakat menyertakan kata *Antique* dalam nama organisasi pemilik dan penggemar Vespa, yaitu *VESPA ANTIQUE CLUB.*

3.4.2 Organisasi dan keanggotaan

Kegiatan organisasi *Vespa Antique Club* (VAC) yang sementara berawal dari kesamaan hobi tersebut, tentunya dimaklumi bahwa kegiatan yang diselengarakan lebih mengedepankan aspek silaturahmi, menyalurkan hobi otomotif dan melakukan perjalanan wisata berkendaraan. Konsep penyelenggaraan-pun relatif sederhana dan tidak terlalu formal, akan tetapi walaupun dengan kesederhanaan dan tidak ter-program secara formal, kegiatan berjalan dengan suasana kekeluargaan dan kegotong royongan. Begitupun dalam

penerimaan anggota, dimana pengurus atau pendiri mengawali dengan komunikasi atau obrolan, selanjutnya menyampaikan ajakan bergabung masuk keanggotaan yang tanpa adanya perlengkapan persyaratan administrasi maupun persyaratan lainnya.

Melalui suatu proses perjalanan yang cukup panjang serta berbaai upaya pembenahan dan penyempurnaan dari setiap priode kepengurusan, *Vespa Antique Club* (VAC) telah banyak mengalami perkembangan dan peningkatan, baik dalam program kerja, jenis kegiatan yang diselenggarakan, organisasi dan keanggotaan *Vespa Antique Club* (VAC) tidak lagi berpusat di Bandung sebagai kota kelahiran, tetapi telah menyebar ke daerah Kabupaten/.Kota di Jawa Barat maupun keluar Jawa Barat. Perkembangan terakhir komunitas pemilik dan pengendara Vespa dibawah panji organisasi VAC Indonesia, antara lain adalah : VAC Bandung Raya, VAC Bogor, VAC Indramayu, VAC Jakarta, VAC Pangandaran, VAC Purwakarta, VAC Subang, VAC Sukabumi, VAC Sumedang, VAC Tasikmalaya, VAC Lampung, VAC Lubuk Linggau, VAC Padang, VAC Banten, VAC Tanggerang, VAC Garut, VAC Cirebon dan VAC Cianjur. Dengan jumlah keanggotaan sampai dengan akhir Agustus 2010 adalah sebanyak 5.560 orang anggota. (Sumber : Sekretariat *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya)

Sedangkan periode kepemimpinan organisasi VAC Indonesia dari tahun ke tahun, adalah sebagai berikut :

1. Periode tahun 1993 sampai dengan tahun 1994, adalah Drs. Solehudin. (001).
2. Periade tahun 1994 sampai dengan tahun 1996, adalah Franky.R. (007).

3. Periode tahun 1996 sampai dengan tahun 1999, adalah Acep Rahmat SH. (002).
4. Periode tahun 1999 sampai dengan tahun 2000, adalah Oong Komara. (051).
5. Periode tahun 2000 sampai dengan tahun 2002, adalah Ajat Sudrajat. (055).
6. Periode tahun 2002 sampai dengan tahun 2007, adalah Oong Komara. (051).
7. Periode tahun 2007 sampai dengan tahun 2011, adalah Dedy Ibonk.. (026).
8. Periode tahun 2011 sampai dengan tahun 2015, adalah Dedy Ibonk.. (026).

(Sumber : Sekretariat *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya)

3.4.3 Visi dan misi

3.4.3.1 Visi

Menjadi club otomotif terdepan, mantap dan mandiri

3.4.3.2 Misi

Kebersamaan, kekeluargaan menjadi modal dasar dalam bertindak hingga mewujudkan ketangguhan dan kesejahteraan.

3.4.4 Logo

Gambar 3.4
Logo Vespa Antique Club



(Sumber : Sekretariat *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya)

Lambang atau logo organisasi Vespa Antique Club, adalah berupa perisai bulat yang ditengah gambar Vespa berdasarkan warna hujau, putih dan merah, yang disekeliling kiri ke kanan bertuliskan VESPA ANTIQUE CLUB dan diatasnya bertuliskan kedudukan daerah organisasi tingkat cabang dan paling atas tulisan Indonesia. Warna dasar lambang memberikan arti, hijau kedamaian dan kesejukan, putih adalah kesucian dan merah adalah keberanian, yang bermakna berani menghadapi tantangan dalam kedamaian dan kesucian hati.

3.4.5 Mascot

Gambar 3.5
Mascot *Vespa Antique Club*



(Sumber : Sekretariat *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya)

Sedangkan Mascot *Vespa Antique Club* adalah atribut khas organisasi berupa gambar abstrak serangga Tawon/ lebah dengan lambang Vespa yang menggambarkan anggota perkumpulan organisasi VAC yang memiliki sifat dan

perilaku sebagaimana kehidupan serangga Tawon, yaitu memiliki kesatuan dan persatuan dalam sikap, tekad dan gerak dalam membangun dan memperkokoh komunitas dari suatu kesamaan hobi atau kegemaran otomotif Vespa. Kebersamaan dan kegotong royongan yang berdasar atas prinsip kekeluargaan. Kepekaan dan kepedulian terhadap upaya penanggulangan permasalahan yang ada dan terjadi. Bermanfaat dan berguna tidak saja untuk dirinya dan komunitasnya, tetapi juga untuk orang lain dan lingkungan sekitar. Berdedikasi dan berloyalitas terhadap tegaknya kehormatan dan keharuman organisasi. Konsisten menjalankan tugas kerja dan kewenangan yang diamanahkan oelh organisasi, serta menjungjung tinggi ketentuan dan peraturan yang berlaku.

3.4.6 Kepemimpinan dan Struktur Kepengurusan VAC

3.4.6.1 Kepemimpinan *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya

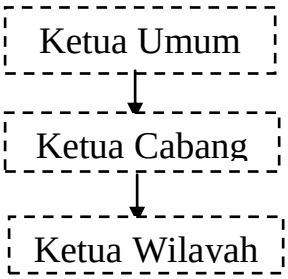
Layaknya suatu organisasi yang terorganisir. Didalam komunitas "*Vespa Antique Club"* sendiri menganut 3 pimpinan dengan tugas yang berbeda-beda, *Pertama,* Ketua Umum *"Vespa Antique Club"* adalah orang yang mengatur keseluruhan komunitas tersebut, dan yang menjabat yakni Dedy Ibonk. *Kedua,* adalah Ketua Cabang yang bertugas mengatur dan memantau anggota wilayah yang ada di satu Kota/Kabupaten tertentu, sedangkan khusus untuk Cabang Bandung Raya yang memiliki anggota terbanyak diantara cabang – cabang lainnya, sehingga terjadi pembagian wilayah yang tentunya wilayah tersebut dipantau dibawah jabatan Ketua VAC Bandung Raya adalah Tedy Permana (TB). Dan *Ketiga,* Ketua Wilayah, untuk membantu Ketua Bandung Raya dalam

memantau para anggota komunitas “VAC” yang tersebar di 11 wilayah Bandung Raya, disini Ketua Wilayah di Bandung Raya memiliki 11 Ketua Wilayah seperti contoh Bandung Barat, Tengah, Utara, Timur dan wilayah lainnya.

Untuk satu kali masa bakti kepengurusan adalah 4 tahun sekali untuk Ketua Umum dan 3 Tahun sekali Untuk Ketua Cabang dan Wilayah. Setelah itu kepengurusan lama bila terpilih kembali menjabat sebagai pengurus akan terus menjabat dan bila tidak maka akan menjadi Dewan Penasehat Organisasi ”VAC”. Organisasi ini tidak terlalu meninjolkan tingkatan ataupun atau senioritas, namun disini setiap anggota diberikan pemahaman untuk senantiasa saling menghormati sesama anggota lama maupun anggota baru.

3.4.6.2 Struktur Kepengurusan *Vespa Antique Club* (VAC) Indonesia

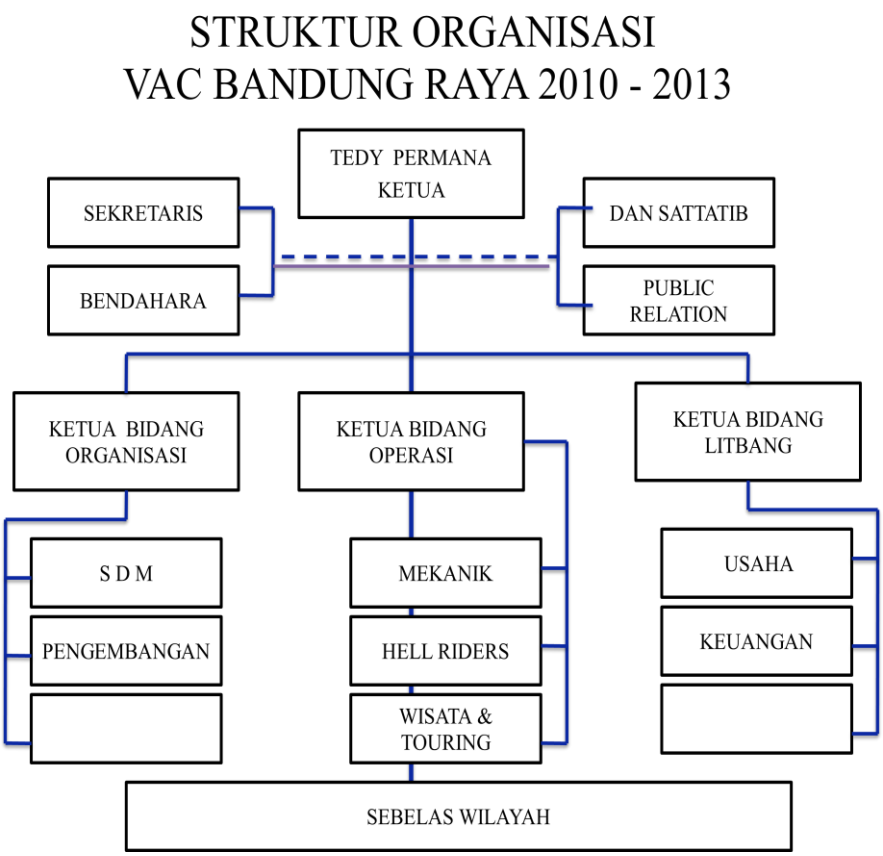
Gambar 3.6



(Sumber : Sekretariat *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya)

3.4.6.3 Struktur Kepengurusan *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya

Gambar 3.7



(Sumber : Sekretariat *Vespa Antique Club* (VAC) Bandung Raya)