BAB III

OBJEK PENELITIAN

3.1 Tinjauan Tentang CV Jaya Lestari (Parahyangan Inti Media)

3.1.1 Latar Belakang

Sejak tahun 1998, yang ditandai dengan keruntuhan Era Orde Baru, dunia Pers seolah terbebaskan dari ”jerat” dan campur tangan penguasa saat itu. Karenanya, sejak saat itu, pers mendapatkan udara kebebasannya. Bahkan kini, keberadaan pers, dalam hal ini media massa, --baik cetak maupun elektronika-- di tengah kehidupan masyarakat telah menempatkan industri pers (media) tersebut pada strata yang layak diperhitungkan.

Bagi para pelaku bisnis, industri media dipandang sebagai lahan investasi yang dapat mendatangkan keuntungan yang berlipat. Karena, selain mendatangkan keuntungan (profit) bagi pelakunya, juga akan memperoleh keuntungan-keuntungan lain yang lebih menguntungkan dari sekedar keuntungan profit tersebut, sepertinya halnya, kemampuan daya tawar (Bargaining Position) dengan pemegang kekuasaan, disposisi kebijakan, aksesibility, serta jalinan *relationship* yang luas.

Karenanya, para pemilik modal (*The Have*) tidak tanggung-tanggung untuk menginvestasikan pundi-pundi hartanya untuk sebuah industri media. Bahkan, tak sedikit dari kalangan *The Have* tersebut mendirikan industri

medianya sendiri (*owner*). Geliat industri media massa memang semakin kompetitif dalam kurun waktu lima tahun terakhir, yang ditandai dengan makin bertambahnya stasiun televisi swasta baru, baik nasional maupun daerah (regional), serta begitu menjamurnya industri persuratkabaran.

Khusus untuk media cetak, geliatnya terasa lebih variatif dan kompetitif. Banyak media cetak baru ”dilempar” ke pasaran, baik itu dalam bentuk surat kabar (koran), tabloid, maupun majalah. Kondisi tersebut, selain sebagai lahan bisnis yang signifikan, juga mampu ”menolong” masyarakat dalam upaya memenuhi kebutuhan mereka akan asupan informasi. Soalnya, keberadaan ragam media, terutama media cetak dengan karakteristiknya yang khas di tengah kehidupan masyarakat memudahkan mereka dalam mengakses segala macam informasi.

Selain itu, keberadaannya dapat menjadi penyampai opini, pesan, dan berita yang dibutuhkan masyarakat, serta dapat memenuhi kebutuhan rasa keingintahuan masyarakat terhadap kehidupan di sekelilingnya, sehingga eksistensi masyarakat sebagai manusia sosial yang *haus* akan informasi dengan sendirinya terpenuhi.

Geliat industri media cetak tersebut, ternyata diikuti pula dengan kebangkitan pers lokal. Momentum tersebut ditandai dengan munculnya sejumlah koran, majalah, dan tabloid berskala daerah. Kehadiran media-media itu tentu saja menyemarakkan dunia pers tanah air.

Dengan adanya media cetak lokal, masyarakat bisa mengkonsumsi berita-berita dari daerahnya. Kegiatan masyarakat mulai dari tingkat RT sampai kabupaten ter*cover* di media cetak. Berbeda dengan era sebelumnya, banyak kejadian penting di daerah yang luput dari bidikan pers.

Kehadiran media cetak lokal mampu memberi semangat baru bangkitnya p*rimordialisme*. Orang-orang daerah mendapat kesempatan untuk unjuk gigi, dan menampakkan kemampuannya dalam mengelola kehidupan. Mereka tidak lagi terkungkung oleh hegemoni pers metropolitan yang senantiasa menawarkan ”ketidakjelasan” dan hanya menampilkan berita-berita dari pusat saja.

Akan tetapi, fenomena tersebut sepertinya hanya ditemukan dalam masyarakat perkotaan yang secara geografis lebih dekat dengan pusat kekuasaan. Sedangkan di daerah kota/kabupaten yang berskala kecil, seperti di wilayah Kabupaten Cianjur misalnya, kehadiran media lokal masih terbilang sedikit. Kalaupun ada, berita-berita yang disajikan baru sebatas "teras/etalase" dan belum dikupas secara mendalam. Maka tidak heran jika akhirnya kalah bersaing dengan tampilan media-media besar yang sudah punya nama.

Di samping itu, pengelolaan manajemennya dilakukan secara semi-profesional bahkan asal-asalan, sehingga eksistensinya hanyalah seumur jagung. Akibatnya, industri media cetak lokal di Cianjur seolah *stagnan* bahkan nyaris tak berkembang.

Malah kini, keberadannya dijadikan ajang/lahan oleh sebagian pihak untuk mencari keuntungan individual semata dengan cara menjual profesi kejurnalistikannya. Hal tersebut ditandai dengan maraknya keberadaan wartawan-wartawan tanpa surat kabar atau wartawan gadungan.

Timbul tenggelamnya industri media cetak lokal di Cianjur semata-mata akibat Sumber Daya Manusia (SDM) yang terlibat di dalamnya tidak *kredibel* dan tidak kompeten, baik dari segi *skill* maupun disiplin kelimuan. Selain itu, persoalan modal merupakan masalah krusial yang menyebabkan industri media cetak lokal di Cianjur tak punya *greget* apalagi daya saing yang tinggi.

Hal itu dikarenakan, sejumlah kalangan *The Have* di Cianjur kurang memiliki ketertarikan (*interest)* terhadap industri media. Padahal, bila merujuk analisa seorang pakar media dari Amerika, Alvin Tofler, yang menyebutkan : ”Barang siapa menguasai media niscaya akan menguasai dunia”, sikap para *The Have* di Cianjur itu sangatlah ironi.

Lain halnya dengan para pemegang modal di daerah lain, sehingga tak heran, mereka berlomba-lomba dan bersaing dalam menanamkan pundi-pundi hartanya pada sebuah industri media. Karena mereka berkeyakinan, bisnis media dapat mendatangkan keuntungan profit yang menggiurkan serta segudang keuntungan lainnya yang tak ternilai. Perusahaan Mulai Berdiri Sejak tanggal 3 April 2003.

3.2 Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan

a. Visi

Menunjang Terwujudnya Kualitas Masyarakat Kabupaten Cianjur Yang Berwawasan Dalam Berbagai Bidang Khususnya Tentang Pemberdayaan Potensi Lokal Sebagai Sumber Kesejahteraan Masyarakat Umum Selaras Dengan Visi-Misi Kabupaten Cianjur 2011-2016.

b. Misi

Membangun pertumbuhan minat baca sebagai sumber pengetahuan masyarakat Kabupaten Cianjur melalui asupan informasi bidang poleksobud, Agama, pendidikan, kamtibmas dan hiburan.

c. Tujuan

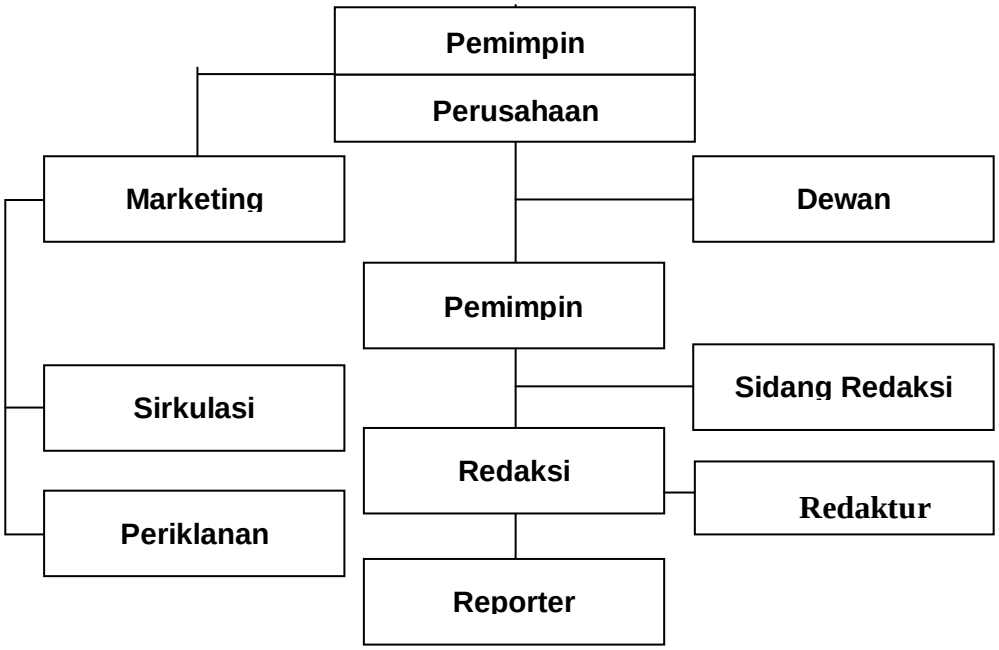
Memberikan informasi melalui tulisan/berita aktual, terpercaya yang dapat dipertanggungjawabkan.

3.3 Logo Perusahaan

Surat Kabar Umum
Parahyangan
Jernih Dalam Memandang

3.4 Struktur Organisasi dan *Job Description* Redaksional

Struktur organisasi yang dibentuk dalam media cetak lokal ini (SKU Parahyangan) adalah sebagai berikut :



Sumber: Redaksi Surat Kabar Umum Parahyangan, 2011.

3.5 *Job Deskriptions* Redaksional

Seperti halnya sebuah media cetak, koran lokal ini pun dikelola oleh sejumlah orang yang bernaung di bawah struktur redaksional. Terdapat enam bidang atau divisi inti dari keredaksionalan koran ini, antara lain :

a. Dewan Penasihat

Bertindak sebagai pengarah atau yang memberikan arahan mengenai berita-berita atau informasi yang akan dipublikasikan,

khususnya berita mengenai kebijakan-kebijakan atau program-program manajemen. Divisi ini di pegang oleh pemimpin perusahaan atau pemimpin umum sebagai pucuk pimpinan perusahaan (top manajemen).

b. Sidang Redaksi

Merupakan divisi atau bidang yang memiliki otoritas dalam menyunting atau mensortir berbagai informasi atau berita yang akan diterbitkan. Pimpinan sidang redaksi berhak untuk tidak mengijinkan suatu berita atau informasi yang menurutnya tidak layak atau tidak relevan dengan kebijakan yang ada. Bidang ini dipegang atau di kepalai oleh pemimpin redaksi.

c. Pimpinan Redaksi

Bertindak sebagai pemimpin yang bertanggung jawab penuh terhadap keseluruhan proyek penerbitan dan bertugas mengkoordinasikan seluruh bidang atau divisi yang ada. Memimpin sidang redaksi dan melaksanakan rapat rutin koordinasi serta evaluasi bulanan, membuat strategi dan kebijakan umum keredaksionalan, merumuskan hal-hal yang harus diantisipasi serta menciptakan suasana kerja yang harmonis.

d. Redaksi Pelaksana

Bertanggung jawab langsung kepada pemimpin redaksi atas tugas-tugas redaksional, pencarian berita dan mengisi rubrik-rubrik yang ada, memotivasi para reporter dan menjaga suasana kerja di

lingkungan redaksional, tanggap terhadap berbagai masalah yang dihadapi di lapangan, bertanggungjawaban terhadap *deadlinen* dan ekses dari pemberitaan, serta wajib mengikuti rapat redaksional serta evaluasi bulanan.

e. **Reporter**

Sebagai ujung tombak dalam pencarian berita di lapangan, dan wajib mengikuti rapat redaksional dan rapat evaluasi bulanan, selain itu bertanggung jawab langsung terhadap redaksi pelaksana di bawah koordinasi penanggung jawab rubrikasi.

Pada redaksional koran lokal ini, terdapat tujuh reporter yang tersebar di tiga wilayah di daerah Jawa Barat, di antaranya, seorang reporter untuk wilayah Kab. Bandung, dua orang reporter untuk wilayah Ko/Kab Sukabumi, dan empat orang reporter untuk wilayah Kab. Cianjur.

3.6 Jumlah Karyawan di Redaksi dan Perusahaan

Jumlah karyawan di Redaksi untuk saat ini (2011) berjumlah 25 orang, sedangkan untuk jumlah personalia di Perusahaan sebanyak 45 orang karyawan.