BAB III

OBJEK PENELITIAN

Objek penelitian adalah lokasi dari tempat media mempublikasikan berita yang akan diteliti oleh penulis untuk melakukan penelitian ini secara detail. Tempat media penelitan ini dilakukan di dua tempat yang berbeda, yakni penelitana yang pertama Harian Pagi Radar Bandung dan yang kedua dilakunakan HU Galamedia. Berikut isi objek judul penelitian yang akan dianggkat.

3.1 Profil Harian Pagi Radar Bandung

Berbicara tentang Radar Bandung, ada baiknya kita membicarakan terlebih dahulu JAWA POS sebagai perusahaan induk Radar Bandung. Jawa Pos yang sekarang dipimpin oleh Dahlan Iskan, memiliki sejarah yang sangat panjang. Ini bermula ketika 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 eks, 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. Dari sebuah koran yang hampir mati, *Jawa Pos* sekarang menjadi grup media terbesar di Indonesia. Memiliki total lebih dari 150 koran, tabloid, majalah, dan televisi. Tersebar di seluruh penjuru Indonesia, dari Aceh hingga Papua. Hingga sekarang, Jawa Pos memiliki banyak penerbitan pers diseluruh Indonesia. Diantaranya adalah koran terbitan lokal. Dan salah satunya adalah Radar Bandung.

Radar Bandung lahir pada tanggal 11 April 2003, atas dasar prediksi pengembangan wilayah usaha penerbitan Pers di pusat Jawa Barat. Radar Bandung hadir juga untuk pelebaran sayap Jawa Pos di wilayah Jawa bagian barat.Berdirinya Radar Bandung, diprakarsai juga oleh Radar Bogor. Sebagai koran yang telah lebih dulu berdiri, dan memiliki prestasi membanggakan. Untuk pengelolaan manajemen, dan jumlah oplah.

3.1.1 Sejarah Berdirinya Harian Pagi Radar Bandung

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 Radar Bandung sejarah berdirinya bagian redaksi ini tak lepas dari pertama kalinya berdirinya perusahaan penerbitan surat kabar ini pada tahun 2003.

Sejarah keberadaan bagian redaksi khususnya pada jajaran redaksional Harian Radar Bandung yang tampak seperti sekarang ini, dimulai ketika Harian Pagi Radar Bandung mulai berdiri dengan dibawah naungan Group Jawa Pos. Pada awal berdirinya Harian Pagi Radar Bandung tidak lepas dari peran harian Pagi Radar Bogor. Walaupun masih bisa disebut koran baru tapi di awal berdirinya Harian Pagi Radar Bandung sudah dapat menempatkan diri di hati para pembacanya khususnya di semua kalangan masyarakat. Harian Pagi Radar Bandung merupakan surat kabar yang terbit setiap hari, yang lebih mengkhususkan diri pada pemberitaan lokal yaitu kejadian yang terjadi di Bandung dan sekitarnya. Sedangkan berita – berita yang sifatnya Nasional hanya lebih bersifat untuk melengkapi.

Sedangkan 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 Bandung dan sekitarnya.

Harian Pagi Radar Bandung mempunyai Jargon “Selalu Tampil beda, yang membedakan dengan koran lain, yang menjadi keunggulan surat kabar Harian Pagi Radar Bandung yang membedakan dengan surat kabar lain, menurut Ega Gantina selaku Sekretaris Harian Pagi Radar Bandung ,“Selalu tampil beda itu karena Kami dapat mengganti layout kami kapan saja meyesuaikan dengan

pembaca, misalnya mungkin hari ini layout kami seperti ini mungkin besok dapat berubah layoutnya ini yang membedakan kami dengan koran lain,kami tidak seperti koran lain yang membutuhkan waktu yang lama untuk mengganti layoutnya."

3.1.2 Visi dan Misi Harian Pagi Radar Bandung

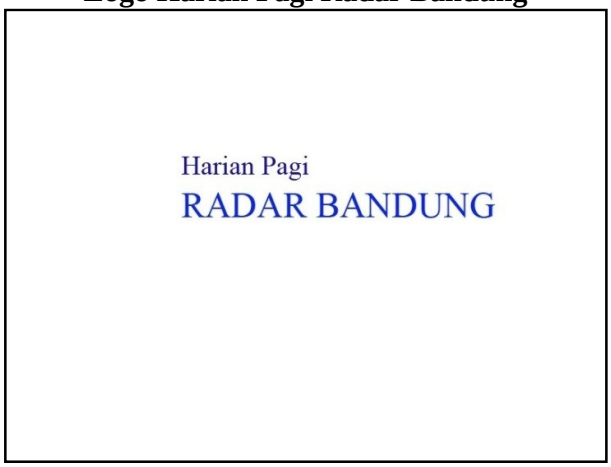
Adapun visi Radar Bandung adalah menjadi surat kabar yang bisa diterima oleh masyarakat khususnya masyarakat Bandung.

Adapun Misi Radar Bandung sebagai berikut :

1. Menjadi bacaan alternatif masyarakat Bandung dan sekitarnya.
2. Membuat anggel-anggel berita yang kritis dan menarik,
3. Menjadi bacaan *Community Newspaper*,
4. Membuat lahan bisnis.

Gambar 3.1

Logo Harian Pagi Radar Bandung



Arti logo Harian Pagi Radar Bandung yaitu warna biru dalam logo Harian Pagi Radar Bandung ini karena mengikuti induk dari Radar Bandung itu sendiri yaitu Jawa Pos karena Jawa pos lebih dominan menggunakan warna biru. Arti warna biru karena warna biru itu terasa lebih akrab, menurut Darmanto selaku pimpinan Redaksi Radar Bandung, " karena Harian Pagi Radar Bandung ingin lebih mengakrabkan diri kepada pembacanya sesuai dengan visi misinya".

3.1.3 Perkembangan Harian Pagi Radar Bandung

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 Radar Bandung sejarah berdirinya bagian redaksi ini tak lepas dari pertama kalinya berdirinya perusahaan penerbitan surat kabar ini pada tahun 2003.Sejarah keberadaannya bagian redaksi khususnya pada jajaran redaksional Harian Pagi Radar Bandung yang tampak seperti sekarang ini, dimulai ketika Harian Pagi Radar Bandung mulai berdiri dibawah naungan Group Jawa Pos.

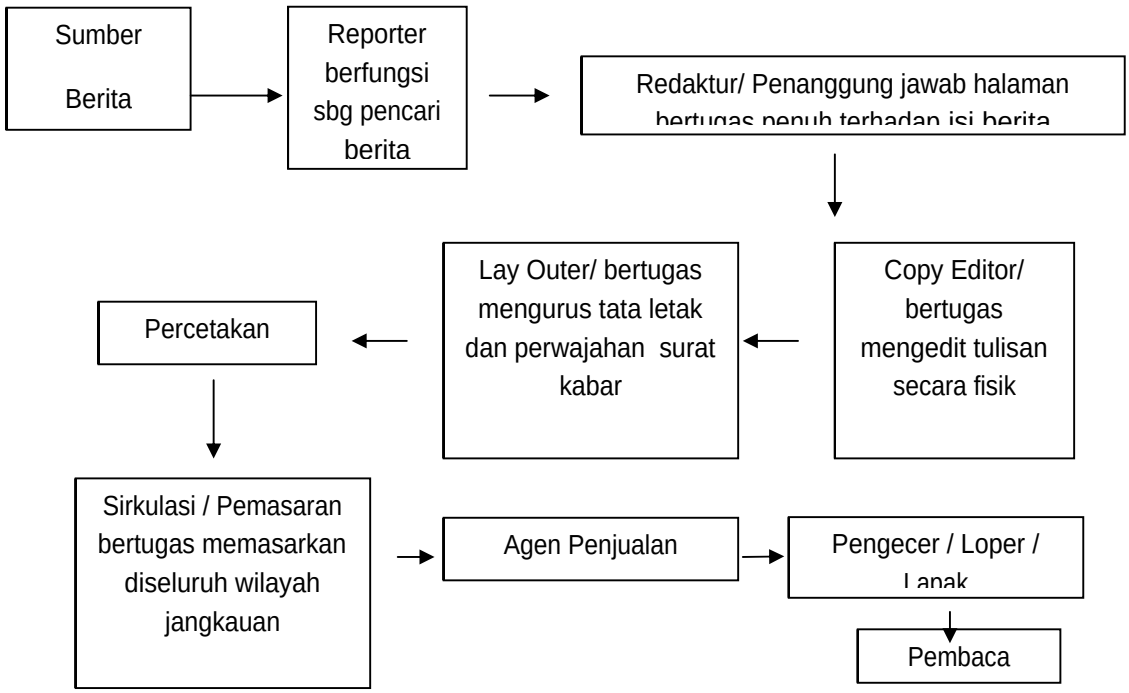
Pada awal berdirinya Harian Pagi Radar Bandung tidak lepas dari harian Pagi Radar Bogor. Walaupun masih bisa disebut koran baru tapi di awal berdirinya Harian Pagi Radar Bandung sudah dapat menempatkan diri di hati para

pembacanya khususnya di semua kalangan masyarakat. Harian Pagi Radar Bandung merupakan surat kabar yang terbit setiap hari, yang lebih mengkhususkan diri pada pemberitaan lokal yaitu kejadian yang terjadi di sekitar bandung dan sekitarnya saja. Sedangkan berita – berita yang sifatnya Nasional hanya lebih bersifat untuk melengkapi.

Sedangkan sasaran pembacanya ditujukan untuk semua lapisan masyarakat, dengan lebih menekankan / memfokuskan pada konsumen semua lapisan menengah kebawah. Penekanan jenis beritanya pada kejadian yang terjadi di daerah masing – masing yang berada di Bandung dan sekitarnya.

Dari mulai hunting berita hingga dibaca pembaca, dapat terlihat dari bagan di bawah ini :

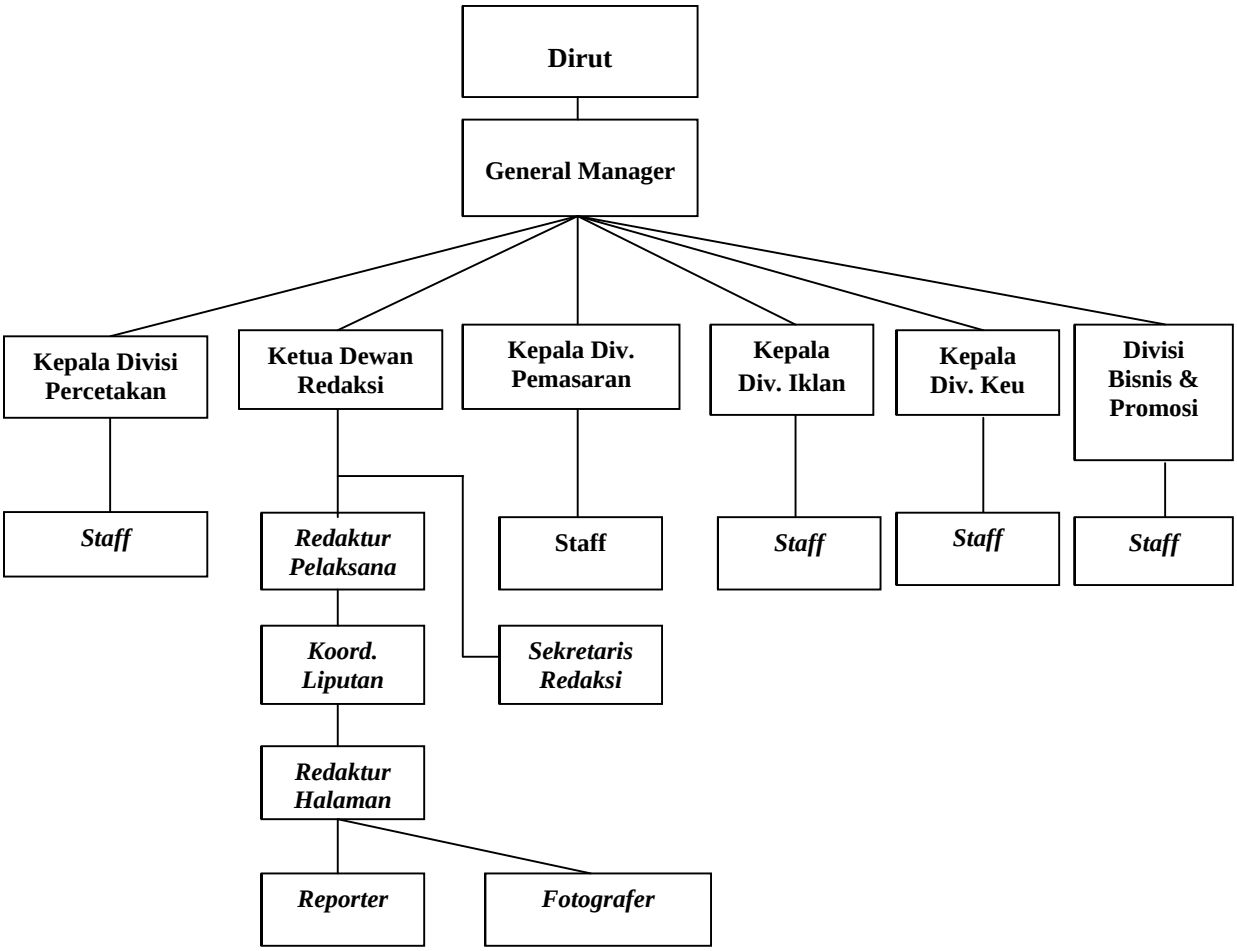
Gambar 3.2
Proses Pemberitaan di Harian Pagi Radar Bandung



(Sumber : Data Harian Pagi Radar Bandung)

3.1.4 Struktur Organisasi Harian Pagi Radar Bandung

Gambar 3.3



(Sumber : Data Harian Pagi Radar Bandung)

Struktur Perusahaan

Pelaksana Direksi : Hety

General Manager : Aswan Achmad

Wakil General Manager : H. Dadang NH

Umum & Pengembangan : S.S Gassing

Pemimpin Redaksi	: Darmanto
Wakil Pemimpin Redaksi	: Ma'mun Aliah Malik
Redaktur Pelaksana	: Budi Safaat
Koodinator Liputan	: Rahman
Kepala Biro Sumedang	: Cecep Wakhdiana Prihatin
Redaktur	: Daris Anugrah Wahidin
	Yatti Chahyati
	Olih Solihin
	Dani Priatna
	Budi Safaat
Reporter	: agah nurwenda
	Azam Munawar
	Cecep Ali Yusuf
	Dery Fitriadi G
	Iman Herdiana
	Piet Ardian
	Dadi haryadi
	Mega Dwi Anggraeni
	Tri budi satria (Sumedang)
	Erik A Kurnia (sumedang)
Fotografer	: Ramdhani
Desain Grafis	: Sugeng Nurpambudi (koordinator)
	Unang

Tata artistik	: Uhan Uhandi
	Imam Farihin
Sekretaris readaksi	: Murwani Rokhayati Addiningsih
Informasi tekhnologi	: Subhi Sugianto
Iklan	: iman firmansyah
	Untung (Sumedang)
	Indra Herdian (Jakarta/Bekasi)
	Rieke (Bogor)
	Komari (Sukabumi)
Pemasaran & sirkulasi:	Hadi Wibowo (Kepala)
	Yadi Mulyadi
	Bubun Munawar
	Pupung
Keuangan	: Evi Dian Susilowati (manager)
	Susi
	Ari
Pengembangan & kerjasama	: Ma’mun Aliah Malik (Kepala) Ega Gantina
Percetakan	: PT. Bogor Ekspres Media.

3.1.1 Bentuk Fisik Harian Pagi

Jenis Surat Kabar : Harian Pagi (terbit 7x seminggu)

Waktu Terbit : Pagi Hari

Bahasa : Bahasa Indonesia

Halaman : 16 halaman.

3.2 Profil Perusahaan Galamedia

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.

3.2.1 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.

3.2.2 Visi dan Misi Harian Umum 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

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.

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 3.4



Logo Harian Umum Galamedia

Sumber : Redaksi H.U Galamedia 2011,Juni

3.2.3 Perkembangan 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 menegah ke bawah.

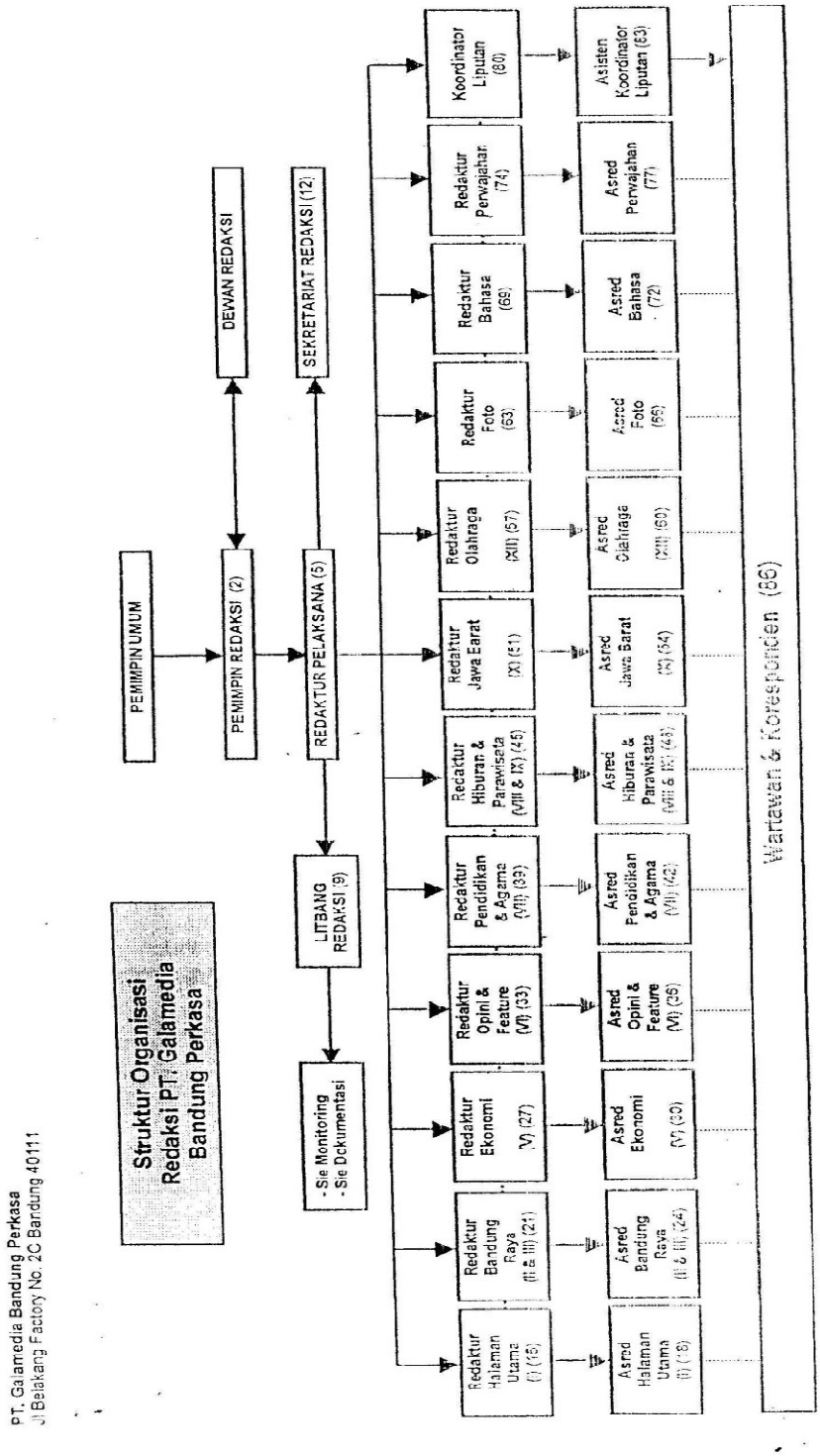
Harian Umum Galamedia merupakan surat kabar yang terbit setiap hari. Lebih mengkhususkan diri pada pemberitaan lokal yaitu kejadian atau peristiwa yang terjadi di sekitar Bandung Raya. Sedangkan berita-berita yang sifatnya nasional lebih bersifat untuk melengkapi. Serta sasaran pembacanya ditujukan untuk 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.

3.2.4 Struktur Organisasi

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 1.2



sumber : www.klik-galamedia.com 2011,Juni

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

3.2.5 Bentuk Fisik Harian Umum Galamedia

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

sumber : www.klik-galamedia.com 2011,Juni

3.3 Kasus Pemberitaan Kekerasan Geng Motor di Harian Pagi Radar Bandung dan HU Galamedia

Tabel 3.1

***Lead* Pemberitaan Kekerasan Gang Motor di Harian Pagi Radar Bandung dan HU Galamedia**

No	Harian Pagi Radar Bandung	Galamendia
1	*Ratusan Geng Motor dibekuk Polisi*	*Lagi-lagi Geng Motor*
2	*Geng Motor, Pe-Er Kapolda Baru*	*Menghadapi Ulah Geng Motor Nanan, "Tindakan Tegas Perlu Dilakukan"*
3	*Geng Motor Dianiyaya Geng Motor*	*Geng Motor Bacok 2 Orang Warga*
4	*Polisi Gerebek Perekrutan Geng Motor*	*33 Anggota Geng Diciduk*
5	*Genk Motor*	*Geng Motor*
6	*Sisiwa Ikut Geng Motor Harus Sekolah di SLB*	*Tak Henti, Geng Motor Gencar Diperangi*