

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Profil Harian Umum Sriwijaya Post Palembang

Sriwijaya Post (Sripo) bisa dikatakan adalah salah satu koran terbesar di Sumatera Selatan yang mengalami pasang surut, dan tetap bisa menjadi salah satu yang terbaik di wilayah ini. Pada tanggal 12 Oktober 1987 Harian Umum Sriwijaya Post mengawali penerbitan untuk pertama kalinya berdasarkan Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) No. 233/SK/SIUPP/A tanggal 22 Juni 1987. Pengasuh Sriwijaya Post terdiri dari Pimpinan Umum sekaligus Pimpinan Perusahaan Ir. M. Sholeh Thamrin dan Pimpinan Redaksi Zainal Abdi.¹ Di Sumsel saat itu sudah ada koran lain yaitu, Sumatra Ekspres, Garuda Post dan Suara Rakyat Semesta. Realitas juga saat itu iklim sosial politik di masyarakat dan di berbagai lembaga pers terkesan tertutup dan sangat terfokus pada penguasa. Kebebasan pers juga kerap terancam dan selalu harus berkoordinasi dengan pemerintah.

Atas dasar itulah Soleh Thamrin bersama rekan-rekannya yang lain, merasa tertantang dan ingin mencoba melakukan hal lain yang berbeda. Kebebasan pers harus dikedepankan, dan masyarakat harus dicerdaskan. Inilah semangat awal yang dirasakan oleh kelompok wartawan muda saat itu.

¹ Media Online Sripoku.com, *Profil Media Massa Terbesar di Sumatera*, profil-media-massa-terbesar-di-sumatera.html, Diakses tanggal 16 April 2019

Di langkah awal, Sriwijaya Post sudah tampil dengan begitu baiknya dan dengan cepat masuk dalam ranah media massa di Sumatera Selatan. Faktor utama kekuatan media massa ini adalah ketika bergabung dibawah bendera Kompas Gramedia. Pada saat itu, kekuatan utama Sripo adalah kemampuannya untuk tampil secara lugas namun mampu beradaptasi dengan gaya kekuasaan politik kala itu. Pimpinan Sripo kala itu juga rajin melakukan komunikasi dengan aparat pemerintahan sehingga bayang-bayang breidel bisa dihindari.

Sampai tahun 1990-an, Sripo merupakan satu-satunya surat kabar terbesar dan diperhitungkan di Sumsel. Sripo menjadi barometer isu-isu yang ada di masyarakat, karna memang tidak memiliki kompetitor yang berarti. Hal ini menjadikansurat kabar yang berkantor di Jl. Kapten A Rivai ini, leluasdalam memainkan perannyadiSumsel. Tak heran oplahnya kala itu mencapai titik aman pada level 50.000 eksemplar/hari. Jaringannya terbentuk sampai ke daerah, kendati tidak membuat koran-koran lokal dibawahnya.

Sriwijaya Post bisa dikatakan surat kabar yang tampil seorang diri di provinsi Sumsel, tanpa memiliki kaki kebawah dalam bentuk media lain. Sripo hanya menginduk keatas yaitu ke Kompas Gramedia. Kekkuatansripo sebagaisatu-satunya media massa cetak di Sumse kala itu, betul-betul menunjukan kuasanya. Akan tetapi, persoalan ternyata mencuat dan itu menjadi titik klimaks dari perjalanan media massa terbesar di Bumi Sriwijaya ini. Tahun 1998, bertepatan dengan era reformasi terjadikisruh di dalam tubuh sripo, mulai dari isu agama hingga isu kepemilikan

saham. Tak jelas bagaimana konflik ini bermula, yang jelas hampir setahun lamanya Sripo tidak terbit.

Di era baru ini, Sripo juga pindah kantor ke gedung baru (komplek ruko) di Jl. Basuki Rahmat. Belakangan, seiring dengan semakin kokohnya perusahaan munculnya adik baru yaitu Tribun Sumsel, Sripo pindah kantor menjadi satu lokasi dibawah bendera Kompas Gramedia. Lokasi kantor sekarang sudah peranten dan berada di Jl. H. Alamsyah Ratu Prawingara. Secara perlahan namun pasti, redaksi dan perusahaan berbenah dan mulai mendapatkan tempat kembali dihati pembaca.

Membuat untuk bisa eksis dan terus terbit secara rutin tentu bukan hal yang mudah. Perlu dukungan kuat, baik dari sisi pendanaan, manajeria maupun SD. Sementara banyak daerah-daerah di Indonesia, di era 1980-an masih sangat terbatas dalam persoalan tersebut. Group terkuat saat itu adalah Kompas Gramedia. Pada kelompok ini jugalah Sripo menggantungkan diri dan menjadi bagian darinama besar group ini.

Gaya khas Kompas Gramedia memang tampak dari pemberitaan Sripo. Ciri akomodatif dan tidak frontal dalam menyudutkan pihak-pihak tertentu. Terbuktupila bahwa gaya ini bisa diterima oleh publik Sumsel sehingga masyarakat bisa menerima kehadiran Sripo dan kemudian Sripo mulai berkibar sebagai sebuah semangat baru masyarakat Sumsel, sesuai dengan motonya “Spirit Baru Wong Kito”.²

² Yenrizal, *Kontruksi Isu Lingkungan Hidup di Media Massa* (Palembang : NoerFikri,2015), hlm. 24-27

B. Sistem dan Struktur Organisasi Harian Umum Sriwijaya Post

Sistem dan manajemen kerja pun disusun rapi agar dapat mengoptimalkan kerja dari Harian Umum Sriwijaya Post itu sendiri. Sistem organisasi di Harian Umum Sriwijaya Post sama halnya dengan media cetak pada umumnya, yakni ada Pemimpin Umum, Pemimpin Perusahaan, Pemimpin Redaksi/Redaktur, Keuangan dan Sirkulasi Iklan, HRD, Wartawan, Layouters, serta Editor.

Pemimpin Umum adalah yang memimpin Pimpinan Redaksi surat kabar maupun tabloid dan majalah tersebut atau direktur media cetak.

Pemimpin Perusahaan adalah orang yang paling bertanggung jawab atas seluruh penerbitan media, baik keadalam maupun keluar yang berhak menentukan staf yang dinilai mampu membantu memperlancar oda penerbitan terutama dalam hal redaksional dan usaha

Pemimpin Rredaksi adalah yang bertanggung jawab terhadap isi pemberitaan bai anggung jawab kpad pemimpin umum atu kepada hukum negara dan kode etik jurnalistik.

Keuangan adalah orang yang mengatur keuangan dalam suatu perusahaan media massa.

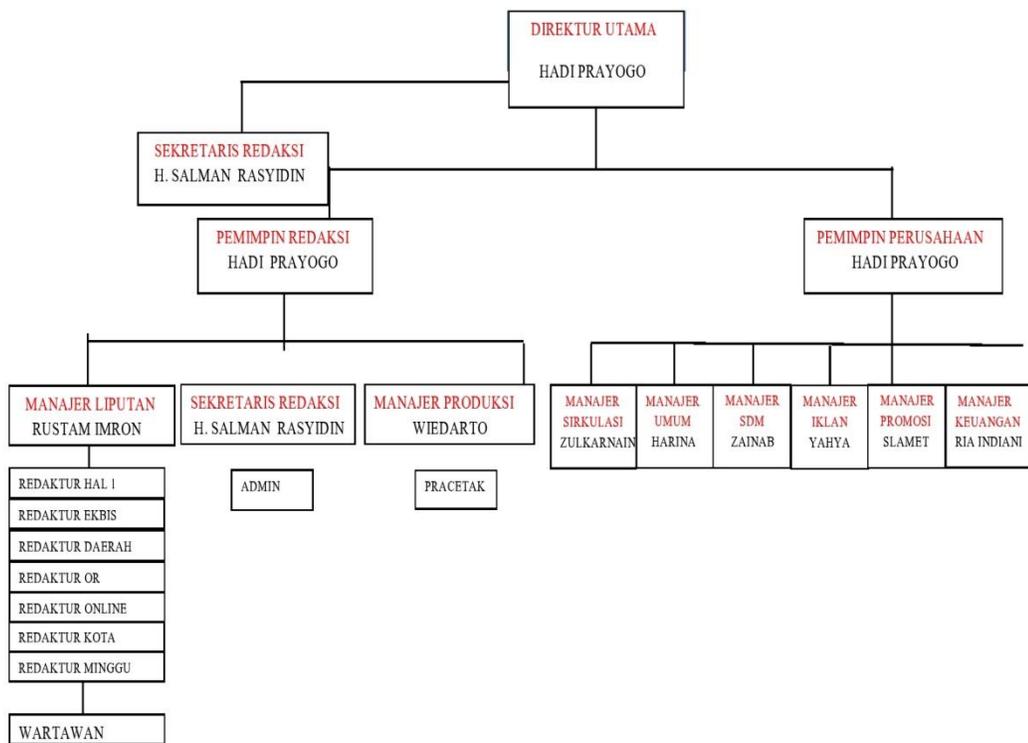
Sirkulasi adalah orang yang melakukan penjualan kepada masyarakat.

Iklan atau Marketing adalah orng yang menawarkan iklan kepada pelanggan untuk memasang iklan di media masa tersebut. Dan juga biasanya ada wartawan khusus foto.

Editor adalah orang yang bertugas memperbaiki bahasa, ejaan, penyajian suatu karangan atau tulisan yang hendak dibuat di media massa.

Layouter/Grafis adalah orang yang bertugas untuk mengatur tata letak tulisan, gambar, dan iklan dalam surat kabar, tabloid, dan majalah sebelum dicetak.³

STRUKTUR ORGANISASI PT SRIWIJAYA PERDANA (PENERBIT HU. SRIWIJAYA POST)



³ Wilga Emilson, "Analisis Wacana Terhadap Pemberitaan Konflik Multikultural Tanjung Balai, Sumatera Utara Pada Harian Umum Tribun Sumsel", Skripsi jurusan jurnalistik, (Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2017), hlm. 53

C. Dasar Hukum, Visi dan Misi Harian Umum Sriwijaya Post Palembang

Dalam media massa juga ada pasal-pasal hukum, hukum tersebut dapat diartikan sebagai syarat atau peringatan dan peraturan bagi perjalanan keberlangsungan sebuah media massa. Dasar hukum Harian Umum Sriwijaya Post dilandaskan pada Undang-Undang (UU) Pers No.40 mencakup seluruh Pasal-Pasal yang membahas tentang kerja, produk dan hasil pers, juga termasuk kode etik jurnalistik. Sehingga jika ada proses hukum yang menghambat kerja media cet, maka dapat diselesaikan melalui Undang-Undang Pers. Hukum adalah bagian penting dan merupakan pondasi utama kehidupan media massa. Contoh mutakhir di Indonesia adalah perubahan kehidupan media yang sangat kontras antara masa Orde Baru dan masa Reformasi. “Pada masa Orde Baru berlaku Undang-Undang Pokok Pers No. 21 Tahun 1982 yang memberlakukan Surat Izin Penerbitan Pers (SIUPP). Sedangkan pada masa Reformasi, berlaku Undang-Undang Pers No. 40 Tahun 1999 yang menghapus SIUPP”⁴ Kedua hukum tersebut berpengaruh langsung pada kehidupan pers di Indonesia. Yang mengacu pada ketentuan hukum penjahat yaitu Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP).

Perjalanan Harian Umum Sriwijaya Post Palembang saat ini tentunya tidak lepas dari konskuensi yang dipegang dan dijalankan oleh Harian Umum Sriwijaya Post Palembang, dalam pelaksanaannya Harian Umum Sriwijaya Post Palembang menggunakan visi dan misi. Adapun visi dari perusahaan ini yaitu “menjadi kelompok usaha penerbitan surat kabar , media online, dan percetakan terbesar dan

⁴ *Ibid*, hlm. 55

tersebar di Indonesia” dan bermisikan “menyediakan informasi yang terpercaya untuk memberikan spirit baru dan mendorong terciptanya demokratisasi daerah”.

D. Kebijakan Editorial dan Kebijakan Bisnis Harian Umum Sriwijaya Post

1. Kebijakan Editorial

Editorial adalah artikel yang menyajikan pedapat surat kabar terhadap suatu isu. Dalam editorial. Redaksi mengharapkan tindakan segera daripada pemahaman situasi. Bentuk dan isi editorial, dipengaruhi oleh kebijakan dan filosofi surat kabar, struktur kepemilikan dan lingkungan politik dimana koran beroperasi.

Adapun kebijakan editorial di Harian Umum Sriwijaya Post sebagai berikut:

- a. Mengemas fungsi dasar Pers, yakni : Edukasi, informasi dan entertainment sesuai kebutuhan pembaca dan menyajikannya dengan prinsip-prinsip jurnalistik sehat.
- b. Menjalankan fungsi kontrol sosial dengan kritik konstruktif untuk kepentingan hajat hidup orang banyak.
- c. Menjaga independensi & kredibilitas sebagai Roh Media.
- d. Mengembangkan gaya “friendly journalism” (pers yang bershabat)
- e. Liputan utama yang digarap adalah wilayah Sumatera Selatan (Local Paper)

2. Kebijakan Bisnis

Kebijakan bisnis adalah pedoman yang dikembangkan oleh suatu organisasi untuk mengatur tindakan-tindakan bisnis, dengan mendefinisikan batas-batas dimana keputusan bisnis harus dibuat. Kebijakan bisnis juga berkaitan dengan akuisisi sumber daya untuk mencapai tujuan organisasi.

Adapun kebijakan bisnis di Harian Umum Sriwijaya Post sebagai berikut:

- a. Menjalankan bisnis media cetak yang berlandaskan etika bisnis dan peraturan perundang-undangan.
- b. Konsumen adalah aset yang harus dijaga dan dilayani dengan sebaik-baiknya.
- c. Keuntungan finansial yang sehat hanya dapat dicapai melalui kepuasan konsumen.

E. Jadwal Kerja dan Proses Produksi Surat Kabar

Jadwal kerja di Haran Umum Sriwijaya Post :

Senin-Kamis :	Jum'at :
08.00 – 12.00 WIB	08.00 – 12.00 WIB
12.00 – 13.00 WIB (istirahat)	12.00 – 14.00 WIB (istirahat)
14.00 – 17.00 WIB	15.00 – 17.00 WIB

Adapun sistem gilir kerja (shift) :

Shift I = 08.00 – 17.00 WIB

Shift II = 18.00 – 01.00 WIB

Proses Produksi Surat Kabar :

1. Penugasan manager liputan kepada wartawan
2. Wartawan menulis berita
3. Berita dikirim via email ke CMS
4. Rapat budgeding untuk penentuan penempatan berita
5. Redaktur mengedit berita
6. Berita hasil editing diirim ke bagian reproduksi
7. Kreatif iklan yang telah mendisain iklan juga diserahkan ke reproduksi
8. Bagian repro menyerahkan materi ke percetakan dalam spftcopy digital
9. Bagian percetakan mencetak surat kabar berdasarkan materi yang diserahkan
10. Surat kabar siap diedarkan

F. Divisi di PT. Sriwijaya Perdana (Penerbit HU Sriwijaya Post)

1. Divisi Bisnis

a. Bagian Iklan :

Mencari dan membina klien / relasi iklan agar peasukan iklan mencapai target.

b. Bagian Sirkulasi:

Berupaya mencari dan membina agen, pengecer, dan langganan untuk memasarkan surat kabar.

c. Bagian Keuangan:

Memangatur pemasukan dana dari iklan, sirkulasi, cash flow dan mengupayakan sumber-sumber dana lainnya.

d. Bagian PSDM :

Berupaya mengatur dan meningkatkan kualitas SDM perusahaan untuk mendukung target per-bagian.

e. Bagian Umum :

Menjadi sarana pendukung melalui pengadaan barang untuk menunjang kegiatan semua bagian.

f. Bagian Promosi :

Menjadi event organizer agar mendapatkan pemasukan dari event yang di selenggarakan sendiri atau pengorder

2. Divisi Redaksi

a. Bagian Redaksi :

Menjadi bagian paing utama dalam menentukan isi / penyajian berita surat kabar yang terbit setiap hari.

b. Bagian Produksi :

Menjadi pendukung bagian redaksi untuk penerbitan surat kabar yang bekerja sama dengan percetakan.⁵

G. Media Sosial Harian Umum Sriwijaya Post

Sriwijaya Post juga menghadirkan informasi terkini melalui media sosial, di antaranya:

1. Facebook (Sriwijaya Post) dengan 284 ribu member
2. Twitter (@sripoku) dengan 31.9 ribu followers
3. Instagram (Sriwijayapost) dengan 133 ribu followers

H. Logo Sripo



⁵ Wawancara dengan Harina Asiana (Manajer Umum HU. Sriwijaya Post Palembang) di kantor Graha Tribun, 14 April 2019.