

JAWA POS SEBAGAI SURAT KABAR TERPERCAYA NASIONAL TAHUN 1986-2000**NOVIE KUSUMA DEWI**

Jurusan Pendidikan Sejarah
Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Surabaya
Email: noviekusuma221196@gmail.com

Nasution

S1 Pendidikan Sejarah, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Surabaya

Abstrak

Hingga era reformasi, media massa yang masih diminati dan dicari oleh masyarakat ialah surat kabar. Alasan mengapa surat kabar masih eksis dan dipertahankan karena isi beritanya yang beragam dan lengkap sehingga tidak heran jika masyarakat masih menggemari surat kabar. Salah satu surat kabar yang berhasil berkembang dari lingkup pendistribusian daerah menjadi tingkat nasional ialah Jawa Pos. Oplah Jawa Pos yang terus naik memberikan dampak positif dan merupakan peluang bagi Jawa Pos untuk mengekspansi daerah-daerah di Indonesia. Penelitian ini fokus pada tahun 1986 ketika Jawa Pos mendapatkan Surat Izin Untuk Penerbitan Pers (SIUPP) hingga tahun 2000 ketika Jawa Pos berhasil melalui krisis moneter. Penelitian ini merujuk pada rumusan masalah 1) Bagaimana perkembangan Jawa Pos menjadi surat kabar terpercaya Nasional tahun 1986-2000? dan 2) Bagaimana kontribusi harian Jawa Pos bagi Indonesia?. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa tahun 1986-2000, Jawa Pos sudah menjadi surat kabar terpercaya Nasional dibuktikan dengan kontribusi yang diberikan oleh Jawa Pos kepada masyarakat dan pemerintah Indonesia. Perkembangan teknologi dan SDM juga menjadi faktor pendukung surat kabar Jawa Pos semakin dipercaya oleh masyarakat.

Kata kunci: surat kabar, Jawa Pos

Abstrack

Until the Reform era, many people still demand and sought about newspaper. The reason why newspaper still exist and maintained is because the contents of the news are diverse and complete so it is not surprised if many people still likes newspapers. One newspaper that has succeeded in developing from the scope of regional distribution to the national level is Jawa Pos. The Java Post's rise that continues to rise has a positive impact and is an opportunity for Jawa Pos to expand the regions in Indonesia. This research focused on 1986 when Jawa Pos obtained a License for Press Publishing (SIUPP) until 2000 when Jawa Pos daily newspaper was completed of moneter crisis. This research refers to the formulation of the problem 1) How did the development of Jawa Pos become a national trusted newspaper in 1986-2000? and 2) What is the daily contribution of Jawa Pos to Indonesia? The results of this study explained that in 1986-2000, Jawa Pos had become a national trusted newspaper as evidenced by the contribution made by Jawa Pos to the Indonesian community and government. The development of technology and human resources is also a factor supporting the Jawa Pos newspaper increasingly trusted by the community.

Keywords: newspaper, Jawa Pos

Universitas Negeri Surabaya

Pendahuluan

Surat kabar yaitu gabungan dari berita, artikel, cerita, iklan dan sebagainya yang dituliskan maupun digambarkan dalam lembaran kertas ukuran besar, terbit secara teratur, bisa setiap hari atau seminggu sekali¹. Selain isinya yang bermacam-macam, surat kabar juga diisi dengan berita-berita yang sesuai dengan fakta. Artinya kejadian dan permasalahan yang dimuat itu baru terjadi, masih hangat diperbincangkan dan baru untuk pertama kali menjadi pengetahuan masyarakat maupun pembaca atau jika meminjam ungkapan Dr. Walter Hagemann, suatu hal yang pertama kali mengisi kesadaran pembacanya².

Alasan utama surat kabar masih banyak dicari dan dibeli pada masa tersebut ialah tingkat perekonomian masyarakat yang belum merata sehingga tidak semua penduduk di Indonesia bisa memiliki alat elektronik seperti televisi, radio dan *handphone* yang masih dianggap sebagai barang mewah. Ada banyak penelitian yang menemukan kenyataan bahwa yang mengarahkan seseorang untuk membaca surat kabar ialah sebagai sarana untuk hidup³.

Di Indonesia banyak sekali perusahaan penerbitan, ada yang berkantor pusat di Ibukota dan adapula yang berada di daerah. Sebagai kota metropolitan kedua setelah Jakarta, Surabaya juga memiliki surat kabar daerah. Salah satu yang memiliki oplah tinggi dan berkembang pesat ialah surat kabar *Jawa Pos*. Salah satu alasan mengapa *Jawa Pos* tetap diminati ialah adanya kepuasan pembaca dalam hal ini ialah pelanggan *Jawa Pos*. Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut⁴.

Dalam perkembangannya menjadi surat kabar terpercaya nasional, Dahlan Iskan sebagai pemimpin harian *Jawa Pos* melakukan beberapa kebijakan dalam pembaharuan sistem mulai dari sistem produksi, sistem pengelolaan perusahaan dan dibidang pemasaran.

Perubahan-perubahan yang dilakukan oleh perusahaan penerbitan tersebut selain dikarenakan pengaruh kondisi politik saat itu juga dipengaruhi oleh era globalisasi yang diiringi oleh majunya ilmu pengetahuan dan teknologi. Selain itu pemberitaan yang disajikan oleh surat kabar ini terus diperhatikan dan disesuaikan dengan perkembangan masyarakat yang semakin kritis. Pemberitaannya juga disajikan semakin dalam dengan pembahasan yang lebih banyak.

Perubahan-perubahan yang dilakukan *Jawa Pos* semakin besar dan jumlah oplah terjual pun semakin banyak. Sebagai surat kabar terpercaya nasional, maka *Jawa Pos* tentu memberikan kontribusi bagi masyarakat

maupun pemerintah. Atas pemaparan tersebut maka peneliti mengambil judul "*Jawa Pos* Sebagai Surat Kabar Terpercaya Nasional Tahun 1986-2000" dalam penelitian ini.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian sejarah yang meliputi kegiatan heuristik untuk mengumpulkan sumber baik sumber primer maupun sumber sekunder seperti wawancara, arsip koran, dokumen dan buku-buku pendukung. Fase kritik intern untuk membaca isi sumber yakni UU No. 21/1982, No 01 Per/MENPEN/1998 dan PP RI No.1 Tahun 1984 serta UU RI No. 40 Tahun 1999 dapat memberikan data tentang perkembangan pers dan kondisi pers di Indonesia tahun 1986-2000. Lalu kegiatan interpretasi yaitu menghubungkan sumber-sumber sejarah yang diperoleh peneliti untuk menyusun cerita sejarah dan historiografi yaitu kegiatan merangkai dan menyusun menjadi cerita yang utuh sehingga menghasilkan cerita/kisah sejarah.

Hasil dan Pembahasan

Secara konstitusional Pers di Indonesia di era Orde Baru diatur dalam UUD 1945 terutama pada pasal 28 dan 33 tentang kebebasan untuk mengeluarkan pendapat dan pikiran. Sedangkan yang mengatur landasan strategisnya ialah Garis-Garis Besar Haluan Negara (GBHN) yang kemudian berbaur dengan tata nilai sosial yang berlaku pada masyarakat Indonesia. Selain itu, demi tegaknya harkat, martabat, integritas, dan mutu kewartawanan Indonesia serta bertumpu pada kepercayaan masyarakat, Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) menetapkan Kode Etik Jurnalistik yang harus ditaati dan dilaksanakan oleh seluruh wartawan Indonesia⁵.

Ditahun 1986-1998 tepatnya masa Orde Baru dikeluarkan peraturan pemerintah yang melandasi pelaksanaan pers sebagai media massa di Indonesia. Peraturan yang dimaksud yaitu Undang-Undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 1982 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 1966 Tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers Sebagaimana Telah Diubah Dengan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1967.⁶ Undang-Undang ini memang memiliki nama resmi yang lumayan panjang. Undang-Undang ini juga dapat dikatakan sebagai perubahan kedua mengenai UU yang mengatur Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers.

Di Era Reformasi, UU yang diberlakukan masa Orde Baru tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers sudah tidak digunakan lagi. UU No. 21 tahun 1982 telah diganti dengan UU No. 40 tahun 1999 yang utamanya mengedepankan kemerdekaan pers.⁷ Pengesahan UU No.

¹Totok Djuroto, 2000, *Manajemen Penerbitan Pers*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya), hlm. 11.

² Jacob Oetama, 1987, *Perspektif Pers Indonesia*, (Jakarta:LP3ES), hlm.113.

³ Jakob Oetama, *ibid.* hlm. 112.

⁴ Band (1991) dalam Trisno Musanto, *Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana*

Media Advertising Surabaya, 2004, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 6. No. 2, hlm. 125.

⁵ Aceng Abdullah, 2000, *Press Relations ; Kiat Berhubungan dengan Media Massa*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya), hlm. 117

⁶ Arsip oleh Badan Karsipan dan Perpustakaan Daerah Jawa Timur, UU No. 21 Tahun 1982 Tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers.

⁷ Arsip Nasional UU No. 40 tahun 1999 Tentang Kebebasan Pers

40 tahun 1999 dilakukan oleh Presiden B.J Habibie pada tanggal 23 September 1999. Inilah UU Pers pertama di Indonesia yang menjamin kemerdekaan pers.

UU tersebut disetujui oleh DPR dan merupakan hasil pemilu yang dinilai sangat demokratis. Pemilu ini banyak dipantau oleh Lembaga Swadaya Masyarakat lokal dan internasional yang independen, termasuk juga dipantau oleh Presiden AS, Jeremy Cater⁸. Setelah Orde Baru digantikan dengan reformasi, perubahan total juga terjadi pada sistem pemberian surat izin usaha penerbitan pers (SIUPP). Perusahaan yang ingin menerbitkan pers bisa mengajukan surat izin usaha penerbitan pers dengan tidak mencantumkan nama pemimpin redaksinya sebagai pemegang SIUPP. Sehingga pemilik SIUPP jika suatu waktu ingin melakukan perubahan nama, bisa dilaksanakan setiap saat⁹.

Selama 2 era tersebut, Jawa Pos telah berkembang menjadi surat kabar terpercaya nasional. Perkembangan tersebut meliputi kegiatan produksi, pengelolaan dan pemasaran. Bagian yang sama pentingnya dengan redaktur dan tata usaha ialah bagian produksi. Bagian ini sangat mempengaruhi waktu dan *deadline* yang ditentukan untuk bisa sampai kepada pembaca. Sangat menguntungkan jika suatu penerbit surat kabar bisa memiliki percetakan sendiri karena bisa memberikan kesempatan kepada bagian redaktur lebih lama dalam hal *editing* dan penyeleksian berita.¹⁰

A. PERKEMBANGAN JAWA POS TAHUN 1986-2000

a. Bidang Produksi

1. Kantor Jawa Pos

Tahun 1986 kantor Jawa Pos masih berada di Jl. Kembang Jepun, Surabaya.¹¹ Kantor yang berada di Kembang Jepun ini hanya memiliki satu ruang redaksi yang cukup untuk diisi 20 orang saja. Ruangan tersebut kalah besar dengan ruangan yang dipergunakan oleh direktornya yang hanya diisi oleh satu orang. Kantor Jawa Pos berada di lantai atas. Lantai bawahnya dipakai sebagai warung dan lain-lain¹².

Akhir tahun 1988 kantor Jawa Pos yang awalnya berada di Jl. Kembang Jepun dipindahkan ke daerah Karah Agung Surabaya. Alasan kepindahannya juga sangat sederhana yakni dikarenakan pihak PLN melakukan pemadaman listrik yang memakan waktu lama¹³.

Menurut Eric Samola, kantor yang berada di daerah Karah Agung sudah tidak memadai karena banyaknya karyawan. Situasi ini juga ditambahi permasalahan jika harus mendatangkan mesin cetak yang baru. Tahun 1997 kantor pusat Jawa Pos pindah dari Jl. Karah Agung No. 45 menuju jalan utama Surabaya yaitu Ahmad Yani¹⁴.

Kantor baru di Jl. Ahmad Yani tersebut berada di lantai 4 dan 5 gedung 21 lantai Graha Pena. Di lantai 4 digunakan sebagai kantor bagian redaksi, sedangkan di lantai 5 dipergunakan sebagai kantor bagian pemasaran. Gedung tersebut dibangun oleh perusahaan Jawa Pos saat krisis moneter mulai melanda Indonesia di akhir tahun 1997-1998. Graha Pena Jawa Pos dibangun diatas tanah seluas 1,5 hektar dengan tinggi 88,80 meter dan luas lantai 25.205 m². Kantor Jawa Pos hingga saat ini masih mempergunakan gedung 21 lantai Graha Pena sebagai kantor pusat. Gedung Graha Pena memiliki 2 tower dengan tinggi 20 meter dan 50 meter jika dihitung dari permukaan lantai 22. Tower tersebut dipergunakan untuk menempatkan antenna-antenna dan peralatan pemancar telekomunikasi/frekuensi radio lainnya¹⁵.

2. Alat/Mesin

Awalnya mesin cetak yang dipergunakan oleh Jawa Pos sangat kecil dan sudah lama. Mutu cetak dan hasil cetaknya juga rendah. Untuk cetak koran 12 halaman harus dicetak tiga kali.¹⁶ Mesin cetak pertamanya yaitu merk *Harris* dengan kemampuan cetak sebanyak 15.000 eksemplar per jam empat halaman hitam putih.¹⁷ Mesin tersebut yang diwariskan oleh Jawa Pos sebelum direorganisasi oleh Grafiti Pers. Jawa Pos mulai membeli mesin cetak yang baru yaitu *Uniman 2/2* yang kapasitas cetaknya sekitar 45.000 eksemplar per jam 16 halaman dan berwarna pada tahun 1984.¹⁸

Kemudian karena jumlah oplah penjualan semakin naik, ditahun 1986 membeli mesin cetak lagi *Uniman 4/2* dengan kemampuan cetak 50.000 eksemplar per jam, 16 halaman dan berwarna. Di tahun 1986 ini, Jawa Pos sudah mulai menggunakan komputer dan dimulai dari bagian *newsroom* (redaksi) dan disusul dengan komputerisasi di bagian keuangan dan bagian iklan.¹⁹

Jawa Pos hingga tahun 2000 terus mengembangkan dirinya dengan membeli banyak peralatan yang mendukung bagian redaksi, penerbitan maupun percetakan kertasnya yang mulai beroperasi sejak tahun 1990-an. Meskipun sempat diterjang badai krisis moneter, Jawa Pos melalui mekanisme intern perusahaan berusaha untuk mengokohkan diri dan berdirinya Graha Pena merupakan bentuk keberhasilannya.

3. Sumber Daya Manusia

Sebelum mengenal mesin yang modern, proses pra cetak surat kabar Jawa Pos melalui kegiatan antara lain berita diketik kembali oleh redaktur, ada proses penyesuaian dengan halaman korannya itu. Misalnya ada beberapa berita, oleh para redaktur berita tersebut digunting dan disesuaikan dengan halaman, satu halaman cukup untuk berita apa saja. Pengerjaannya masih sangat manual sekali. Tampilan berita setelah roses pra cetak pada

⁸ Satrio Saptohadi, 2011, *Pasang Surut Kebebasan Pers di Indonesia*, Jurnal Dinamika Hukum, Vol. 11 No. 1, hlm. 134.

⁹ Totok Djuroto, 2000, *Manajemen Penerbitan Pers*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya), hlm. 19.

¹⁰ Aceng Abdullah, op.cit. hlm. 18.

¹¹ Dimam Abror, 2016, *Pengalaman Para Pioner Harian Jawa Pos Era Kembang Jepun 1982 Dalam Membangun Kejayaan Jawa Pos*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.6 No. 1, hlm. 33

¹² Hasil wawancara dengan Dahlan Iskan, eks pimpinan Jawa Pos via email

¹³ Basuki Soejatmiko, 1989, *Jawa Pos 1982-1989*, (Surabaya:Jawa Pos), hlm. 208.

¹⁴ Dimam Abror, op.cit. hlm. 34.

¹⁵ Diakses pada <https://grahapenajawapos.com/> tanggal 16 Juli 2019 pukul 16.06.

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Basuki Soejatmiko, loc. cit.

¹⁸ Basuki Soejatmiko, ibid.

¹⁹ Basuki Soejatmiko, ibid. 204

print layaknya *klise* foto dan berbentuk kata-kata, setelah itu digunting dan dirapikan kembali²⁰.

Sejak tahun 1986-2000 Dahlan Iskan tidak memberlakukan persyaratan khusus bagi semua karyawan Jawa Pos atau orang-orang yang direkrut menjadi karyawan Jawa Pos. Dahlan hanya menyampaikan bahwa yang menjadi Pimpinan Redaksi harus muda maksimal 40 tahun sudah tidak lagi menjadi Pimpinan Redaksi. Dahlan memberlakukan persyaratan tersebut bagi pimpinan redaksi karena bagian redaksi adalah otak dari suatu surat kabar. Proses penyeleksian berita ada disitu. Sehingga hanya orang-orang muda lah yang bisa memberikan kemajuan bagi Jawa Pos.²¹

Posisi atau jabatan yang mendapatkan tugas untuk mengelola bagian produksi di Jawa Pos antara lain bagian redaksi yang meliputi pimpinan redaksi, redaktur pelaksana, redaktur, wartawan, dan koresponden dan bagian percetakan yang meliputi proses pra cetak, proses cetak dan proses perawatan.

b. Manajemen Pengelolaan Jawa Pos Tahun 1986-2000

1. Sumber Daya Manusia

Ketika menginjak tahun 1986, Dahlan Iskan masih belum percaya Jawa Pos akan bisa mengembangkan surat kabarnya di daerah-daerah sehingga beliau hanya fokus untuk mengembang-kan surat kabar Jawa Pos di Surabaya.²² Secara khusus tidak ada persyaratan yang digunakan untuk melakukan seleksi bagi karyawan-karyawan yang ingin menjadi bagian dari Jawa Pos apalagi ingin menjadi wartawan. Hanya saja Dahlan Iskan menyebutkan bahwasanya yang menjadi Pimpinan Redaksi harus muda maksimal 40 tahun²³.

2. Struktur Organisasi

Setelah Jawa Pos diambil alih oleh Grafiti, dibentuk struktur organisasi baru. Karyawan yang bekerja tidak semuanya adalah karyawan yang baru direkrut, melainkan ada beberapa karyawan yang sudah bekerja di Jawa Pos sebelumnya dan masih dipertahankan. Ada beberapa karyawan yang diambil dari majalah *Tempo*. Secara struktural tugas dan posisi karyawan Jawa Pos antara lain:

- a. Pemimpin umum memimpin berbagai bidang yang ada dalam perusahaan seperti bagian redaksi, percetakan pemasaran, dan tata usaha. Pemimpin umum bertanggungjawab dalam usaha memajukan perusahaan memiliki tanggung jawab dan kekuasaan yang luas. Bertugas untuk menentukan kebijakan perusahaan, menentukan arah perkembangan serta mem-perhitungkan keuntungan dan kerugian bagi perusahaan. Pemimpin umum yang bertanggungjawab kepada semua pemegang saham Jawa Pos dan memberikan laporan ketika diadakan rapat umum pemegang saham.²⁴
- b. Pimpinan Perusahaan memiliki kewajiban untuk memberikan laporan langsung kepada pimpinan umum. Posisi ini berikan tanggungjawab penuh untuk mengendalikan perusahaan, mencari keuntungan sebanyak-banyaknya agar memenuhi kesejahteraan para karyawan. Pimpinan perusahaan dalam tugasnya dibantu oleh banyak manajer diantaranya yang bergerak dibidang produksi, periklanan, keuangan, teknologi, personalia, pendistribusian dan *costumer care* (layanan pelanggan). Adakalanya pimpinan perusahaan melakukan koordinasi dengan para manajer untuk menentukan tindak lanjut dari kecenderungan keinginan konsumen atau masalah-masalah yang berkaitan dengan bidang-bidang yang dibawah.²⁵
- c. Pemimpin redaksi memiliki tugas berkenaan dengan redaksional surat kabar Jawa Pos. Posisi ini memiliki kewajiban untuk memperhatikan isi surat kabar yang akan diterbitkan. Jika ditinjau dari Undang-Undang yang berlaku di masa Orde Baru yaitu tahun 1986-1998 diatur tentang surat izin penerbitan pers (SIUPP) dan nama pemimpin redaksi yang dicantumkan didalam SIUPP tersebut. Namun, ketika tahun 1999 SIUPP disederhanakan, nama pemimpin redaksi tidak perlu lagi dicantumkan dalam perizinan penerbitan. Pemimpin redaksi memiliki wewenang untuk menentukan topik berita, fokus pemberitaan, memilih dan menyeleksi berita utama (*headline*) dan pemimpin redaksi ini adalah otak dari setiap pemberitaan yang pada akhirnya sampai ke percetakan sehingga perlu memiliki wawasan yang luas dan peka terhadap segala perkembangan serta situasi baik politik, sosial, budaya, IPTEK, pendidikan dll. Pemimpin redaksi juga membawahi beberapa bagian seperti redaktur pelaksana, *editor*, dan staf redaktur. Jika dijelaskan secara struktural pimpinan redaksi membawahi beberapa bidang yaitu dewan redaksi, redaktur pelaksana, sekretaris redaksi, staf redaksi, redaktur dan juga wartawan. Bagian redaksi memang sangat penting karena berkaitan dengan berita yang akan dicetak didalam surat kabar.²⁶
- d. Sekretaris Redaksi bertugas untuk membantu pimpinan redaktur mengelola administrasi seperti menerima surat masuk atau keluar mengenai redaksi. Bisa juga memberikan surat-surat bagi wartawan untuk izin liputan dll.²⁷
- e. Redaktur Pelaksana bertugas dalam hal manajemen redaksional dan membantu pimpinan redaksi dalam tugas harian. Memiliki tanggungjawab untuk memberikan laporan kepada pimpinan redaksi. Dalam tugasnya, redaktur pelaksana dibantu oleh para redaktur dan staf redaksi.²⁸
- f. Redaktur (*editor*) memiliki tugas dibagian isi surat kabar Jawa Pos. Redaktur bertugas menampung data

²⁰ Hasil wawancara dengan Ibu Siti Handayani General Manager PT. Jawa Pos Koran pada tanggal 11 Mei 2019.

²¹ *ibid.*

²² Hasil wawancara dengan Bapak Juniarmo Djoko Purwanto, eks karyawan Jawa Pos/Dirut Malang Pos

²³ Hasil wawancara dengan Dahlan Iskan, eks pimpinan Jawa Pos via email

²⁴ Diakses pada https://labpkp.faperta.ugm.ac.id/?page_id=88 tanggal 17 Juli 2019 pukul 06.30.

²⁵ *ibid.*

²⁶ Aceng Abdullah, 2000, *Press Relation Kiat Berhubungan dengan Media Massa*, (Bandung:Remaja Rosdakarya), hlm. 17.

²⁷ Diakses pada https://labpkp.faperta.ugm.ac.id/?page_id=88 tanggal 07 Juli 2019 pukul 06.45.

²⁸ *ibid.*

berita dari berbagai pihak misalnya dari wartawan, koresponden, kantor berita, pemerintah, perusahaan swasta, lembaga maupun organisasi lainnya. Dalam bekerja, bagian redaksi dibantu oleh para asisten yang bertugas untuk mengedit dan memberikan tambahan berupa literatur agar sesuai dengan layout dan kebutuhan konsumen Jawa Pos.²⁹

Struktur Organisasi Jawa Pos Tahun 1986

Jabatan	Anggota	Jabatan	Anggota
Pemimpin Umum	Soeseno Tedjo	Wakil Pemimpin Umum	Eric Samola
Redaktur Pelaksana	Dahlan Iskan	Asisten Redaktur	Imam Soedjadi
Staf Redaksi	Utji Masran, Anas Sadaruwan, Koesnan Soekandar, Nasaruddin Ismail, Claar Rinhen, Nany Wijaya, M. Siradj, Gardjito Utomo, Zaenal Muttaqien, Slamet Oerip Prihadi, Dharma Dewangga, M. Nadim Zuhdi, Basoeki Soejatmiko, Singgih, J. Eddy Soedardjono, Djoni Purbana, D. Soebali, Margiono, Budi Utomo, Sunarto, Djoko Irawanto, Yok Sudarso, Ismail Husni		
Koordinasi Liputan	Solichin Hidayat, Sudirman, Surya Aka	Iklan	Cholili Ilyas
Sirkulasi	Imam Soeroso	Produksi	Karmaun, Djamrodi, Agus Sudarnoto

Sumber : Jawa Pos edisi Rabu, 19 Februari 1986

Struktur Organisasi Jawa Pos Tahun 1990

Direktur Utama	Eric Samola	Direktur	Dahlan Iskan Trianto SE
Wakil Direktur	Imam Soeroso, Ratna Dewi, Indra Slamet Santoso,	Staf Direksi	Lany Kusumawati, Karmaun, Cholili Ilyas, Suprianto
Pemimpin Umum	Dahlan Iskan,	Wakil Pemimpin Umum	Tarianto SE
Pemimpin Perusahaan	Indra Slamet Santoso	Pemimpin Redaksi	Dahlan Iskan
Wakil Pemimpin Redaksi	Imam Soedjadi	Redaktur Pelaksana	Margiono, Nany Wijaya
Redaktur Senior	Anas Sadaruwan, M. Siradj, Solihin Hidayat, Zaenal Muttaqien, Koesnan Soekandar	Koordinasi Liputan	K. Soedirman
Staf Redaksi	Slamet Oerip Prihadi, M. Nadim Zuhdi, Budi Kristanto, Suryanto Aka, Djoko Susilo, Basuki Soejatmiko, Widjojo Hartono, J. Eddy Soedarjono, Dharma Deewangga, Nasaruddin Ismail, Abdul Muis, Ismail Husni, Diah Indra Tjahyuni, Sugeng Irianto, Mundzar Fahman, Sri Rahayu, Abdul Muslih, M. Khariri, Djoko		

	Irianto Hamid, Soenarto, Santoso, Baihaqi, M. Taufiq, Siti Handayani, Fuad Ariyanto, Budi Oetomo, Lutfi, Linggar Mulyono		
Jakarta	A.Eddy Aruman, Syamsuddin, Sulaiman Ros, Bahar Maksum, Djono Wikanto Oesman, Zarmansyah, Syahrar AR. Wahyudi, Sukardi, Imawan Mashuri, Bertho Riyadi, Kanzul Fikri, Riza Primadi, Agus Sudjoko		
Malang	Boen Supardi, Widodo Irianto, Agus Purbiantoro, Adi Samekto		
Kediri	S. Moersodo SJ., JL. Junaedi, Mujib M. Rum., Wahas Sofyan,		
Jember	M. Shodiq Syarif	Madiun	A.Zainuddin
Yogyakarta	D.Abror	Solo	Sri Purwati
Non Biro	Slamet HR (Sidoarjo), D. Abu Said (Sumenep), Suhartoyo (Bangkalan), SJ. Arifin (Bondowoso), Eshadi Seputro (Probolinggo), Subur Setiobudi (Lumajang), Sukardi (Mojokerto), M. Elman (Bojonegoro), M. Taufiq Siddiq (Ujung Pandang), Rizal Efendi (Samarinda), Asmuni (Banjarmasin)		
Foto dan Grafis	Muchtar, M. Asmoroyanto, Fathony	Sekretaris Redaksi	Djoni Purbana, Oetji Masran, Claar Ririhena, Singgih, Oemi

Sumber : Jawa Pos edisi 2 Februari 1990

Susunan Karyawan Jawa Pos Tahun 1995

Direktur Utama	Eric Samola		
Direktur	Dahlan Iskan, Tarianto, Imam Soeroso		
Wakil Direktur	Nany Wijaya, Lanny Kusumawati, Winny Ratna Dewi, Margiono, Imam Soedjadi, Indra Slamet Santoso		
Kepala Redaksi/Penanggungjawab sehari-hari	Margiono	Pemimpin Umum	Nany Wijaya
Asisten Kepala Redaksi	M. Siradj, Solihin Hidayat, Ali Murtadlo, Widjojo Hartono, Alfian Mudjani		
Redaktur	Syahrar AR., Santoso, Abdul Muis, Budi Kristanto, Fuad Ariyanto, Moh. Elman, Wahyudi, Maksum, Linggar Mulyono, Didik Puji Yuwono, Siti Handayani, Boedi Oetomo, Yulfarida Arini, Arief Affandi		
Staf Redaksi	M. Nasaruddin Ismail, J. Eddy Sudarjono, Mundzar Fahman, Sugeng Irianto, Baehaqi, Rindang Herawati, Kholili Indro, Arief Nowantadi, Joko Intarto, Suparli, A. Syafei Z., Sholihuddin, Endrayani, Agung Pamudjo, Rahmad Santoso, Sukoto, Mahiyuddin Sukawa		
Jakarta	Soelaiman Ros, Bahar Maksum, Sukardi, Kanzul Fikri, Djono W. Oesman, Moch. Ircham, Rasyid Sulaiman, Berto Riyadi, Agus Sudjoko, Bambang Indra Kusumawanto, Irawan Nugroho, Yudhi Karyono, Sudradjat, Nasymai I., Anas, Afer Malanguna, Patrick Sorongan, Sururi Alfaruk, Joko Intarto,		
Malang	Ariana Lestari, Boen Supardi, Widodo, Junaedi, Agus Purbiantoro, Khariri Mahmud, Priya Djatmika		
Semarang	Sigit Supriyono, Husnun N., Djuraid		
Tokyo	Seichi Okawa, Shizuko Ito	Kuala Lumpur	Diah Indra Abdullah
Roma	Wing Wiryanto Sumarsono	Hongkong	Dany Suyanto
New York	Heri Ahmadi	Sidney	Dhimam Abror

²⁹ Diakses pada https://labpkp.faperta.ugm.ac.id/?page_id=88 tanggal 07 Juli 2019 pukul 06.56.

Yogyakarta	Adib Lazwar Irikhami	Solo	Kahono Teguh Santoso, Irwan Zahidin
Blitar	Moersodo	Kediri	Zahidin
Tulungagung/Tenggalek	Wahas Sofyan	Jember	Shodiq Syarif
Banyuwangi	Djarmiko	Jombang	Abu Muslich
Mojokerto	Sukardi	Probolinggo	Nur Hidayat
Pasuruan	Djohar Mahmudi	Madiun	Sri Purwati
Bojonegoro	Budi Sudjarwo	Sidoarjo	Rukin Farida
Lumajang	Didik Mahyudin	Gresik	Andung Kkurniawan
Bangkalan	Ishak Bahri	Pamekasan	Imam Khusnin Akhmad
Sumenep	Deny Abu Said	Tuban	Hari Prastowo
Denpasar	Marmo Oetomo	Mataram	Supriyanto Khafid
Kupang	Yusak Riwu Rohi	Dili	Justin M. Herman
Kendari	Syahrir Lantoni	Jayapura	Usman Fakaubun
Grafis dan Fotografi	Mochtar, Juarkaza	Sekretaris Redaksi	Soenarto (kepala), Oemiyati, Lutuk Ekowati
Biro Direksi	Anas Sadaruwan, (Jkt) : Syamsuddin, Zarmansyah		
Badan Pengembangan Anak Perusahaan	Almi Hamu (ketua), K. Sudirman, Zainal Muttaqien, Kusnan Soekandar, Imawan Masyhuri, M. Nadim Zuhdi, Slamet Oerip Prihadi, Agus Mustofa, Dharma Dewangga, Ismail Husni, Suparno, Surya Aka, Darul Farokhi		

Sumber : Jawa Pos edisi 4 Januari 1995

Susunan Direksi dan Pengasuh Harian Jawa Pos Tahun 2000

Susunan Direksi		Pengasuh Harian	
Direktur Utama	Eric Samola, SH.	Pemimpin Umum	Nany Wijaya
Direktur/CEO	Dahlan Iskan	Pimpinan Redaksi	Sholihin Hidayat
Direktur	Ratna Dewi (Winny)	Ketua Dewan Redaksi	Dhimam Abror
Direktur	Imam Soeroso	Redaktur Pelaksana	Ali Murtadlo, Arif Affandi, Sururi Alfaruq
Wakil Direktur	Nany Wijaya, Margiono, Lanny, Kusumawati		

Sumber : Redaktur, 2000, Jawa Pos Koran Kita, (Surabaya:Jawa Pos)

3. Surat Kabar Yang dikelola Jawa Pos

Setelah membangun lagi kejayaan Jawa Pos dengan membenahi satu persatu kekurangan yang dimilikinya, Jawa Pos mulai memikirkan untuk mengembangkan dirinya didaerah Timur. Keputusan tersebut dinilai baik dengan pertimbangan bahwa tantangan didaerah Timur memang tidak terlalu berat. Selain itu, secara alamiah daerah Timur Indonesia memang berkiblat di Surabaya³⁰.

Setelah berhasil mengepaskan sayapnya didaerah Indonesia Timur, kini Jawa Pos beralih target ke Indonesia bagian Barat. Beberapa surat kabar terbentuk dan menjadi pelopor surat kabar lain. Setelah itu Jawa Pos hadir di pulau Jawa. Kota Jakarta, Yogyakarta dan Semarang kini menjadi target distribusi selanjutnya. Kota-kota besar tersebut ramai akan penduduk yang semakin memadati kota sehingga dianggap akan menjadi tempat distribusi yang tepat.

Jika 5/7 tahun yaitu ketika tahun 1980-an Dahlan menganggap belum waktunya punya daerah memiliki dan tidak mungkin bisa berkembang semua surat kabar, maka semua surat kabar tersebut di bawa ke Surabaya seperti *Suara Indonesia* yang sekarang berubah jadi *Radar Surabaya* kalau di Surabaya. Tetapi akhirnya langkah untuk mengambil keputusan mengadakan atau memunculkan surat kabar didaerah terealisasi. Menurut Dahlan, ditahun 1990-an, sudah saatnya kota-kota kedua memiliki surat kabarnya masing-masing.³¹

Kelompok media tangguh seperti Jawa Pos telah merintis adanya koran lokal diseluruh provinsi bahkan mereka juga menerbitkan koran ditingkat kabupaten. Itulah yang oleh *World Associations Of Newspaper (WAN)* direkomendasikan sebagai bentuk *community newspaper*. Jawa Pos dianggap sebagai raja industri media cetak di Indonesia.³²

c. Sistem Pemasaran Jawa Pos Tahun 1986-2000

1. Sasaran Pembaca

Sejak diambil alih tahun 1982 oleh Grafiti Pers, Jawa Pos tidak menetapkan sasaran pembacanya, karena Jawa Pos menyadari bahwa surat kabarnya yang saat itu masih sangat sedikit peminatnya. Kemudian sejak tahun 1986 yang saat itu oplah Jawa Pos sangat meningkat pesat, Jawa Pos terus berusaha agar beritanya dapat diminati oleh semua kalangan.

Berawal dari memilih kalangan dari menengah, kemudian kalangan menengah kebawah. Kemudian ingin merambah lagi ke dunia orang-orang intelektual yaitu kalangan menengah ke atas. Kelebihan yang diberikan oleh Jawa Pos ialah penyajian beritanya yang menggunakan bahasa yang terkesan santai dan ringan.³³

2. Sumber Daya Manusia

Bagian teratas dari bidang pemasaran diduduki oleh kepala bagian pemasaran dan manajer bagian pemasaran. Kedua pimpinan ini yang menentukan laku tidaknya produk surat kabar Jawa Pos. Kemudian pihak yang berkaitan dengan bagian pemasaran ialah agen dan looper.

Dulu, ketika tahun 1984 setelah Jawa Pos direorganisasi bagian pemasaran tidak berhubungan dengan agen karena looper koran langsung mengambil koran di Jawa Pos dan mengantarkannya kepada pelanggan.

Dahlan membuat laku koran-korannya dengan memasang bandrol eceran yang sangat murah sebagai promo dan menjadikan candu bagi masyarakat. Hal ini bisa

³⁰ Redaktur, 2000, Jawa Pos Koran Kita, (Surabaya:PT Jawa Pos), hlm. 28.

³¹ Hasil wawancara dengan Direktur Utama Malang Pos Juniarno Djoko Purwanto

³² Fitriyan Dennis, 2008, *Bekerja Sebagai Wartawan*, (Jakarta:Penerbit Erlangga), hlm. 66.

³³ Hasil wawancara dengan Ibu Siti Handayani, *General Manager* PT. Jawa Pos Koran.

dilakukan karena biaya operasional bisa ditekan seminimal mungkin melalui efisiensi besar yang dijalankan dengan membeli sendiri mesin cetak didaerah dan membangun infrastruktur berita murah lewat *Jawa Pos National Network* (JPNN).³⁴

Sistem yang dijalankan saat itu adalah sistem *bakul rokok* yang dianggap sebagai modifikasi dari sistem *klontong* Imam Soeroso meniru usaha dari penjual rokok yang mau menjual dagangannya secara eceran. Kemudian dari sistem *bakul rokok* ini semua agen diberikan potongan harga yang sama baik yang mengambil banyak maupun sedikit yakni 20%. Sistem *bakul rokok* juga dilaksanakan dengan dukungan para istri karyawan Jawa Pos untuk membantu menjajakan surat kabar tersebut.³⁵

3. Alat/Perlengkapan

Ditahun 1986, sistem pemasaran yang dijalankan oleh surat kabar Jawa Pos yakni hanya dengan menggunakan satu mobil. Hal itu dilakukan karena menurut Dahlan Iskan, Jawa Pos tidak ada yg dijual eceran dikarenakan pengecer mengatakan surat kabar tersebut tidak akan laku. Kemudian Jawa Pos juga belum memiliki agen di Surabaya sehingga tidak adanya jalur distribusi. Loper surat kabar langsung datang ke percetakan untuk mengambil surat kabar dan langsung dikirim ke pelanggan.³⁶

Namun, keterbatasan tersebut diatasi dengan jumlah oplah yang semakin hari semakin naik sehingga memberikan pasokan dana bagi produksi selanjutnya. Sejak tahun 1986 oplah yang dihasilkan oleh Jawa Pos sebesar 107.122 dengan order cetak sebanyak 113.646. Kemudian naik lagi ditahun 1987 oplah Jawa Pos naik hingga 151.482 eksemplar yang terjual dengan jumlah cetaknya sebanyak 160.318. Angka tersebut ditahun 1988 semakin naik hingga mencapai jumlah terjual sebanyak 248.215 dengan jumlah order 260.178.³⁷

Barulah setelah jumlah oplah yang semakin meningkat, banyak orang-orang yang ingin memasang iklan di Jawa Pos. Sebelumnya memang harus dengan usaha para karyawan yang menelfon satu persatu setiap perusahaan apakah ingin memasang iklan di Jawa Pos atau tidak. Tetapi seiring dengan jumlah peminat surat kabar Jawa Pos, akhirnya banyak yang ingin memasang iklan di Jawa Pos.

Banyaknya jumlah perusahaan yang ingin memasang iklan dan jumlah pembaca Jawa Pos semakin banyak, akhirnya muncul agen-agen yang mau mendistribusikan Jawa Pos. Sebelumnya agen-agen enggan karena malas mengedarkan surat kabar pagi dan jumlah peminatnya juga sedikit.

B. KONTRIBUSI HARIAN JAWA POS SEBAGAI SURAT KABAR TERPERCAYA TAHUN 1986-2000

1. Kontribusi Bagi Masyarakat

Selain memberikan informasi yang lengkap mulai dari bidang politik, ekonomi, pendidikan, olahraga, hiburan/ karikatur, otomotif, berita nasional dan internasional, Jawa Pos juga menyediakan kolom bagi pemasangan iklan. Ini yang menjadi salah satu hal yang menguntungkan bagi masyarakat.³⁸ Dalam segi berita, Jawa Pos memang unggul karena halamannya yang lebih luas sehingga penjelasannya bisa sangat detail dan panjang lebar.³⁹

Dalam hal ketenaga kerjaan, Jawa Pos juga membantu untuk menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang ingin terjun ke dunia jurnalistik. Interaksi Jawa Pos kepada masyarakat ditunjukkan pula dengan adanya program TeKat SaYang yang digagas oleh Dahlan Iskan untuk mengisi salah satu rubrik *Jawa Pos* pada tahun 1992. Program ini adalah sebuah usaha yang dilakukan untuk mengurangi gesekan yang terjadi antara etnis Tionghoa dan Jawa.

2. Kontribusi Bagi Pemerintah

Jawa Pos yang sudah hadir di daerah-daerah juga turut membangun hubungan dengan pemerintah daerah secara ekonomi karena media massa menjadi perantara atau alat untuk menampung aspirasi masyarakat atas segala keputusan yang akan diambil oleh pemerintah. Selain itu, media massa dalam hal ini khususnya surat kabar memberikan informasi pula mengenai keputusan yang akan diambil oleh pemerintah daerah tersebut.⁴⁰

Begitu pula dengan pers yang berfungsi sebagai media massa, maka membutuhkan pemerintah untuk mendukung segala aktivitas yang dilaksanakan. Pers disini sebagai media kontrol dan pengawas pemerintah. Pers dengan terbuka harus melaporkan kondisi pemerintahan mulai dari program yang dilaksanakan, berita tentang pelaksana-pelaksana program apakah telah memenuhi prosedur dan aturan pemerintah atau tidak serta berita-berita mengenai politik lainnya. Pemberitaan yang disajikan tentu untuk masyarakat secara umum bukan hanya untuk satu kepentingan saja.

PENUTUP

Dalam perkembangannya dari tahun 1986-2000 Jawa Pos telah menjadi surat kabar terpercaya nasional dibuktikan dengan kontribusi yang diberikan Jawa Pos kepada masyarakat Indonesia melalui penyediaan berita politik, ekonomi, pendidikan, olahraga, hiburan/karikatur, otomotif, berita nasional dan internasional. Jawa Pos juga membantu pemerintah untuk melaporkan kondisi pemerintahan mulai dari program yang dilaksanakan, berita tentang pelaksana-pelaksana program apakah telah memenuhi prosedur dan aturan pemerintah atau tidak serta berita-berita mengenai politik lainnya.

Konsep *Jawa Pos* untuk ada di setiap daerah dengan menghadirkan *Radar* atau *Post* lainnya merupakan jurus

³⁴ M. Ma'ruf, 2009, *50 Great Business Idea From Indonesia: Gebrakan Perusahaan-Perusahaan Mendunia di Indonesia*, (Jakarta: Penerbit Hikmah PT Mizan Publika).

³⁵ Basuki Soejatmiko, *ibid.* hlm. 175-176

³⁶ Hasil wawancara dengan Dahlan Iskan, eks pimpinan Jawa Pos via email

³⁷ Basuki Soejatmiko, 1989, *Jawa Pos 1982-1989*, (Surabaya: Jawa Pos), hlm. 171.

³⁸ Dikatakan sebagai keuntungan karena masyarakat yang memiliki produk untuk dijual baik barang maupun jasa dapat dipromosikan melalui kolom iklan yang ada di surat kabar Jawa Pos.

³⁹ Hasil wawancara dengan pengecer Jawa Pos Bapak Hasan pada tanggal 31 Mei 2019.

⁴⁰ Iwan Awaludin Yusuf, 2011, *Media Lokal dalam Konstelasi Komunikasi Politik di Daerah*, Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol. 14 No. 3., hlm. 300.

jitu untuk mengambil hati pembaca di daerah-daerah. Selain itu bisa memberikan fasilitas bagi pengguna kolom iklan surat kabar Jawa Pos untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat sekitar kota yang didistribusikan.

Perjalanan panjang yang dilalui *Jawa Pos* bisa dijadikan pelajaran bagi setiap perusahaan surat kabar dan perusahaan lain bahwasanya tidak ada yang berjalan mulus tanpa adanya perencanaan yang matang. Digitalisasi mengenai pemberitaan menjadi salah satu opsi untuk membuat pemberitaan tersebut semakin aktual dan menarik.

DAFTAR PUSTAKA

Arsip

Arsip oleh Badan Karsipan dan Perpustakaan Daerah Jawa Timur, UU No. 21 Tahun 1982 Tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers.

Arsip Nasional UU No. 40 tahun 1999 Tentang Kebebasan Pers

Buku

Totok Djuroto. 2000. *Manajemen Penerbitan Pers*. Bandung:PT Remaja Rosdakarya.

Jacob Oetama. 1987. *Perspektif Pers Indonesia*. Jakarta:LP3ES. hlm.113.

Aceng Abdullah. 2000. *Press Relations ; Kiat Berhubungan dengan Media Massa*. Bandung:PT Remaja Rosdakarya.

Basuki Soejatmiko. 1989. *Jawa Pos 1982-1989*. Surabaya:Jawa Pos.

Redaktur. 2000. *Jawa Pos Koran Kita*. Surabaya:PT Jawa Pos.

Fitriyan Dennis. 2008. *Bekerja Sebagai Wartawan*. Jakarta:Penerbit Erlangga.

M. Ma'ruf. 2009. *50 Great Bussiness Idea From Indonesia:Gebrakan Perusahaan-Perusahaan Mendunia di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Hikmah PT Mizan Publika.

Jurnal

Band (1991) dalam Trisno Musanto. 2004. *Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol. 6. No. 2.

Satrio Saptohadi. 2011. *Pasang Surut Kebebasan Pers di Indonesia*. Jurnal Dinamika Hukum. Vol. 11 No. 1.

Dimam Abror. 2016. *Pengalaman Para Pioner Harian Jawa Pos Era Kembang Jepun 1982 Dalam Membangun Kejayaan Jawa Pos*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol.6 No. 1.

Iwan Awaludin Yusuf, 2011, *Media Lokal dalam Konstelasi Komunikasi Politik di Daerah*, Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Vol. 14 No. 3.

Surat Kabar

Jawa Pos edisi Rabu, 19 Februari 1986

Jawa Pos edisi Jumat, 2 Februari 1990

Jawa Pos edisi Rabu, 4 Januari 1995

Wawancara

Wawancara dengan Dahlan Iskan, sebagai eks pimpinan Jawa Pos via *email*

Wawancara dengan Ibu Siti Handayani sebagai *General Manager* PT. Jawa Pos Koran pada tanggal 11 Mei 2019.

Wawancara dengan Bapak Juniarno Djoko Purwanto, sebagai eks karyawan Jawa Pos/Dirut Malang Pos pada tanggal 25 April 2019

Wawancara dengan Bapak Hasan sebagai pengecer Jawa Pos pada tanggal 31 Mei 2019.

Website

<https://grahapenajawapos.com/>, diakses pada tanggal 16 Juli 2019 pukul 16.06.

https://labpkp.faperta.ugm.ac.id?page_id=88, diakses pada tanggal 17 Juli 2019 pukul 06.30.