

## **BAB II**

### **TABLOIDISASI DAN SEJARAH PERKEMBANGAN WAWASAN**

#### **2.1 Tabloidisasi di Indonesia**

Di Indonesia tabloidisasi koran merupakan kondisi yang tidak bisa dihindari. Saat pola tabloid mendapat panggung baru yakni media elektronik, lalu media digital seperti televisi, internet, dan media interaktif lain, maka informasi dan liputan yang berasosiasi dengan *entertainment* menjadi semakin marak. Informasi yang serba hiburan dikemas dalam konteks *entertainment* yang memiliki daya tarik lebih kuat. Informasi dalam panggung media dewasa ini adalah informasi yang bekerja dalam panggung yang penuh persaingan dan perebutan atensi, bukan saja adu keras suara, tapi juga adu menarik. Panggung media juga merupakan panggung tontonan, selain menarik juga menghibur. Serba *entertainment*, serba *celebrity*, serba populer bahkan vulgar. Informasi dikemas sebagai *infotainment*, edukasi sebagai *edutainment*, komersial sebagai *infomercial* (Oetama, 2009:228).

Di Indonesia, sejak reformasi 1998 memperkenalkan kebebasan media, surat kabar kuning bermunculan dalam berbagai bentuk, dari buletin, tabloid maupun majalah, sedangkan untuk stensil dalam dekade sebelumnya sudah populer melalui paparan pornografi. Praktek surat kabar kuning, jika dilihat dari

karakteristik dan ciri-ciri yang melekat dalam jurnalisme kuning telah dimulai sejak lama, bahkan sebelum Indonesia merdeka.

Permintaan pasar yang cukup tinggi menjadikan koran-koran yang semula termasuk koran berkualitas akhirnya mendirikan koran populer sebagai strategi diversifikasi produk. Pada saat yang bersamaan, tabloid berisi klenik dan supranatural lainnya juga semakin bermunculan, serta semakin marak koran kriminal yang mengumbar peristiwa-peristiwa kekerasan dan kecelakaan dengan menampilkan foto-foto korban secara vulgar dan penuh darah. Sebagai contoh gambar “mayat” diekspos secara frontal di halaman muka dalam *space* berwarna dengan ukuran cukup besar. Teknik penekanan gambar atau foto dengan *zoom*, *close up*, dan *full colour* secara terang-terangan mengeksploitasi tubuh mayat, layaknya gejala *fethisisme* di mana koran kuning telah memanfaatkan kematian sebagai komoditas (Yusuf, 2010).

*Pos Kota* mengawali perjalanan koran kuning di Indonesia pada tahun 1970 yang dipimpin Harmoko. Seminggu setelah *Pos Kota* terbit, banyak tanggapan hingga kalangan pers mempertanyakan, “Ini jurnalisme apa?”. Harmoko mengatakan bahwa “Pokoknya kalau bukan golongan menengah ke bawah, lebih baik jangan baca”. Masyarakat umum awalnya bersikap sinis terhadap penampilan *Pos Kota* dan terdapat kecenderungan kuat yang mengategorikan harian ini sebagai surat kabar porno, koran tukang becak, koran cabul, dan di kalangan pers sendiri, harian ini dianggap kurang intelektual (Ghazali dan Nasution, 2000: 8).

*Lampu Merah* adalah fenomena kesuksesan koran kuning di Indonesia yang terbit setelah masa reformasi. *Lampu Merah* lebih vulgar dalam menyajikan berita dan foto-foto penunjang berita untuk lebih menarik perhatian pembaca (Yusuf, 2010). Di Yogyakarta dan Jawa Tengah terdapat pula koran *Merapi* dan *Meteor* serta *Memorandum* dan *Rek Ayo Rek* di Surabaya. Koran-koran ini memiliki beragam sebutan misalnya di Surabaya *Memorandum* dan *Rek Ayo Rek* disebut sebagai “koran becakan” karena biasanya dibaca oleh para tukang becak. Sedangkan *Lampu Merah* disebut sebagai koran dengan “bahasa preman”. Di Yogyakarta dan Jateng koran *Merapi* dan *Meteor* tidak memiliki julukan khusus namun koran-koran ini diperlakukan sebagai koran “non-formal”.

### **2.1.1 Karakteristik Jurnalisme Kuning**

Koran kuning adalah surat kabar yang cenderung kurang mengindahkan aturan umum jurnalisme dalam pemberitaannya. Unsur ilusi, imajinasi dan fantasi sangat kental pada koran kuning sehingga membuatnya dikenal sebagai jurnalisme yang menjual sensasi. Unsur sensasionalisme pada berita sangat kuat, yang kemudian dikenal sebagai karakteristik jurnalisme kuning (Conboy, 2003:56). Selain unsur-unsur sensasional dan dramatisasi dalam pemberitaannya, karakteristik lain dari surat kabar kuning yang utama adalah penggunaan aspek visual yang cenderung dibesar-besarkan, bahkan lebih dominan daripada teks-teks isi berita itu sendiri. Sebagai contoh aspek visual yang digunakan oleh surat kabar kuning adalah: (1) Menakut-nakuti; *headline* yang memberikan efek ketakutan, ditulis dalam ukuran *font* yang sangat besar, dicetak dalam warna hitam atau

merah. Sering memuat berita-berita dengan sumber tidak jelas, (2) menampilkan foto dan gambar berlebihan, dan (3) halaman tambahan suplemen Minggu, yang mengandung komik berwarna biasanya menampilkan artikel dengan topik sepele. Teknik verbal yang melekat di koran-koran kuning, seringkali berisi cerita dan wawancara palsu, judul menyesatkan *pseudo-sains*, bahkan judul yang penuh dengan kebohongan (Conboy, 2003:57).

Selain menggunakan teknik-teknik tersebut, surat kabar kuning juga fokus pada isu yang kontroversial yang memancing perdebatan dan gosip. Isu-isu kontroversial yang sengaja dibesar-besarkan untuk menarik pembaca sebanyak mungkin, terutama pembaca kelas menengah-bawah. Isu-isu yang sering menimbulkan kontroversi adalah yang berkaitan dengan unsur-unsur seks, konflik dan kejahatan hingga ada sebuah istilah “HVSSG” untuk kata *Horror, Violence, Sex, Ghost*, dan *Glamorous* (Hamid, 2007:202).

Terdapat empat karakteristik dari koran kuning di Indonesia yang dapat dilihat pada halaman pertama. Pertama, terdapat tampilan foto yang mencolok pada peristiwa kriminal dan gambar yang mengekspos unsur seksualitas tubuh perempuan. Kedua, berita utama ditulis dengan huruf besar dengan warna mencolok seperti merah, biru, kuning, atau hijau. Ketiga, jumlah *item* berita yang ditampilkan di halaman depan surat kabar kuning adalah mulai dari 10 sampai 25 *item* berita. Format berita sangat singkat, seringkali hanya judul dan terdapat sedikit teks isi berita kemudian dilanjutkan pada halaman dalam. Terdapat juga beberapa judul yang dicetak begitu besar bahkan ukurannya melebihi isi berita itu sendiri. Keempat, dilihat dari sisi iklan yang dimuat, koran kuning di Indonesia

biasanya menampilkan berbagai bentuk iklan yang dianggap vulgar, kadang-kadang dilengkapi dengan foto, gambar, atau kata-kata sensasional. Iklan-iklan tersebut umumnya berbau seksual atau supranatural. Sebagai contoh iklan untuk pembesaran alat kelamin laki-laki atau payudara untuk wanita, serta terdapat pula layanan telepon seks, penyembuhan alternatif dan lain sebagainya.

Sementara itu, menurut Sumadiria (2005:40) menyatakan, salah satu karakteristik surat kabar kuning adalah penggunaan pendekatan jurnalistik yang menekankan unsur-unsur seks, konflik dan kejahatan, serta mengangkat topik permasalahan dengan selera rendah dan gambar. Selain itu, opini wartawan dan fakta seringkali digabung, berasimilasi, tertutup atau bahkan terdistorsi, aturan standar jurnalisme tidak diperlukan lagi. Sumadiria juga menyebutkan kriteria tata letak yang biasanya diterapkan oleh koran kuning, seperti presentasi dengan memanfaatkan beragam jenis warna yang ditampilkan untuk menarik perhatian, format pengaturan judul maupun isi berita tidak teratur dan tumpang tindih, pers kuning juga tidak mengadopsi pola menulis judul dan penggunaan kata yang baku (Sumadiria, 2005, hal 40).

### **2.1.2 Sejarah Jurnalisme Kuning**

Istilah jurnalisme kuning atau *yellow journalism* berasal dari nama tokoh komik berwarna *Hogan's Alley* yang muncul dalam surat kabar *Sunday World*. Richard F. Outcault kartunis komik ini menggambarkan kehidupan penghuni rumah petak di New York dengan figur sentral seorang anak ompong bergigi kelinci yang selalu menyeringai. Ketika gambar anak gundul ini tampil dengan

baju terusan berwarna kuning yang kemudian menjadi ciri khasnya, ia dijuluki “*The Yellow Kid*”. Komik ini sangat populer sehingga setiap surat kabar yang menggunakan komik strip untuk menarik pembaca akhirnya diberi label “*Yellow Journalism*”.

Kehadiran jurnalisme kuning bermula dari situasi perekonomian yang tidak stabil yang melanda Amerika Serikat pada tahun 1893 hingga akhir abad ke-19. Situasi ini memaksa para pemilik surat kabar mengevaluasi kinerja surat kabar mereka guna menjaga minat baca masyarakat dan mempertahankan daya beli konsumennya, serta untuk mengimbangi ketatnya persaingan antara koran dengan majalah untuk mempertahankan jumlah pembaca surat kabar. Strategi yang ditempuh oleh pemilik koran terbesar saat itu, Joseph Pulitzer (*New York World*) dan William Randolph Hearst (*New York Journal*) seringkali tidak mematuhi kaidah jurnalistik dan kode etik yang berlaku. Keduanya digambarkan pada masa itu terlibat dalam sebuah “persaingan menyajikan berita-berita yang membangkitkan sensasi” (Yusuf, 2010).

Di Asia, surat kabar kuning pertama kali populer dikembangkan di Jepang, di awal abad 20 sampai akhir Perang Dunia I pada tahun 1918. Orang Jepang yang menderita dari pembaharuan atau sejak Restorasi Meiji 1857 diperkenalkan dengan berbagai bentuk pendidikan politik, khususnya ajaran-ajaran demokrasi barat. Salah satu cara paling efektif untuk menyampaikan misi ini adalah melalui surat kabar populer (Anwar, 2000:30).

Koran tabloid yang bermula di Amerika Serikat dan Inggris menghasilkan media cetak sebagai media yang bersirkulasi massal. Isinya hiburan, *frivolities of*

*life*, berita ringan, politik populer, peri kehidupan yang berwarna *crime* dan *sex*. Masalah hidup sehari-hari. Banyak kecaman keras muncul, namun ada juga pendapat positif, lewat tabloidisasi media cetak selain oplah massal tercapai juga terciptanya panggung publik yang populer dan diminati banyak warga masyarakat (Oetama, 2009:224).

Kehadiran jurnalisme kuning sebenarnya sudah dimulai sejak era kejayaan *Penny Press*. Istilah "*Penny Press*" muncul pertama kali bersamaan dengan hadirnya *penny newspaper*, yaitu surat kabar murah yang dijual seharga satu *Penny*. Murahnya harga koran ini merupakan "perlawanan" terhadap koran-koran umum (*mainstream*) yang hanya dapat diakses oleh golongan ekonomi menengah keatas dengan cara berlangganan. Di Amerika, *Penny Newspaper* atau *Penny Press* pertama kali diterbitkan oleh Benjamin Henry Day pada tanggal 3 September 1833 di New York dan diberi nama *New York Sun* (Conboy, 2003: 44). Dalam pemberitaannya, *New York Sun* banyak meliput berita-berita di seputar lingkungan pembacanya. Surat kabar tersebut sering mengangkat peristiwa tindak kejahatan dengan mengambil sumber berita dari detail penyelidikan kepolisian. Pembaca *New York Sun* menikmati berbagai berita dalam koran ini karena disajikan layaknya sebuah cerita kehidupan (dokudrama). Terlebih lagi beritanya disampaikan menggunakan bahasa sehari-hari yang akrab dengan pembaca, sehingga kesuksesan *New York Sun* sebagai koran populer dikarenakan gaya jurnalismenya yang "cair", terutama saat berkomunikasi dengan pembacanya.

Sesuai dengan karakter *Penny Press*, surat kabar seperti *Morning Herald* juga aktif meliput isu-isu lokal yang memiliki kedekatan dengan pembacanya

(*proximity*). Bennet pemilik *Morning Herald* aktif mengkampanyekan persoalan-persoalan warga kota New York dan mengajak partisipasi pembacanya dengan cara memberi gambaran tentang lingkungan mereka sehari-hari: “*a correct picture of the world—in Wall Street—in the Exchange—in the Police Office—at the Theatre—in the Opera—in short, wherever human nature and real life best display their freaks and vagaries’ had been kept*” (Conboy, 2003: 47-48).

Dari kutipan pernyataan Bennet tersebut, terlihat bahwa salah satu karakteristik yang menonjol dari surat kabar *Penny Press* adalah unsur lokalitas. Unsur lokalitas pada awal perkembangan jurnalisme populer, lebih banyak diterapkan dengan penggunaan gaya bahasa sehari-hari dalam pemberitaan. Seperti materi berita surat kabar *New York Sun*, isu-isu yang diangkat *Morning Herald* juga seputar berita kriminal, peliputan sidang kerah putih, bisnis, olahraga dan gosip. Kehadiran koran-koran kuning yang kian diminati masyarakat juga memunculkan bentuk kemasan baru, yaitu tabloid. Format tabloid menggejala pada sekitar tahun 1920-an dengan mengandalkan menu utama berupa pemberitaan aneka gosip, skandal dan pornografi. Hingga ada yang mengistilahkan praktek surat kabar jenis ini sebagai “dosa yang dijual seharga dua sen setiap pagi” (Rivers, Jensen, & Peterson, 2003: 55).

### **2.1.3 Kategori Tabloid**

Dalam teori jurnalistik klasik, pembagian koran harian didasarkan pada waktu terbit. Koran harian yang terbit pada pagi hari menggunakan format *broadsheet*, memuat peristiwa berita secara analitis, ekstensif dan komprehensif.

Pembaca sebagian besar berpendidikan tinggi maupun menengah (*well educated*), serta bekerja pada level menengah ke atas. Koran harian format pagi biasanya menyajikan informasi yang sarat nilai dan dapat membentuk opini dan perilaku yang berbeda bagi pembacanya. Koran harian pagi (*broadsheet*) juga menampilkan informasi yang seimbang, analitis dan reportase yang tidak bias, komentar dan pendapat yang dimuat juga berdasarkan fakta dan pernyataan-pernyataan yang dapat diverifikasi.

Sebagai contoh adalah *The New York Times* dan *The Guardian*, sementara di Indonesia yaitu *Kompas*, *Suara Pembaharuan* dan *Kedaulatan Rakyat* yang mewakili jenis koran terbitan pagi. Namun pembaca koran jenis ini sangat terbatas karena hanya untuk kalangan tertentu saja, sehingga membuat sirkulasi koran pagi tidak se-fenomenal tabloid. Dengan reputasi yang rendah tabloid menempati urutan teratas dalam sirkulasi dibandingkan dengan jenis penerbitan berkala yang lain.

Collin Spark, profesor *Media Studies* di *Centre for Communication and Information Studies*, dalam salah satu penelitiannya mengungkapkan bahwa : “koran yang berkualitas adalah koran yang dalam format besarnya memuat reportase berita yang mendalam (*in depth news*), acapkali menggunakan bahasa tingkat tinggi dan dalam nada yang serius. Berita didominasi dengan peristiwa nasional dan internasional, politik dan bisnis, dengan sedikit porsi untuk berita selebritis dan gosip”.

Proses Tabloidisasi dapat berlangsung berbeda-beda tergantung pada negara, budaya atau kondisi ekonomi media tertentu, namun menurut Sparks

terdapat pula proses keseragaman (Sparks&Tulloch, 2000:21). Surat kabar tidak dapat langsung dikategorikan sebagai tabloid hanya berdasarkan pada kualitasnya, namun dengan melihatnya dari lima kategori suratkabar mulai dari kategori koran tabloid terburuk hingga koran dengan kualitas terbaik; *The Supermarket Tabloid Press*, *The Newsstand Tabloid Press*, *The Serious Popular Press*, *The Semiserious Press*, dan *The Serious Press* (Spark&Tulloch, 2000:14).

Pendapat Bakke berbeda dengan Sparks, Bakke lebih mengutamakan integrasi antara olahraga, politik dan hiburan ketika membahas tabloidisasi, sedangkan Sparks lebih menekankan pada olahraga, hiburan dan wacana budaya tidak selalu berarti pergeseran ke arah tabloidisasi. Dia berkeyakinan bahwa definisi yang tepat untuk tabloidisasi adalah ketika pers "membayar lebih dan lebih memperhatikan bahwa jenis materi berita seputar (jenis kelamin, olahraga, budaya) telah mengorbankan cakupan urusan publik" (Spark&Tulloch, 2000:16). Dari kedua definisi ini terdapat persamaan dimana pembaca menjadi korban dari tabloidisasi dengan kurangnya informasi politik atau materi berita yang serius, serta kurangnya informasi yang benar ketika membaca berita politik yang diungkap ke ranah publik seputar pemberitaan yang melibatkan sensasi dan skandal, pembaca juga menjadi korban informasi ketika artikel hiburan yang ditampilkan mengorbankan artikel tentang isu-isu politik atau yang berkaitan dengan kepentingan publik.

Tabloidisasi atau "pentabloidan" berita dan isu terhangat di masyarakat dalam media merupakan proses penggabungan antara "informasi" dengan "entertainment" atau "emosi" dengan "entertainment" (*emotainment*) daripada

sajian berita “*hard news*” atau “*indepth news*”. Hal ini merupakan proses penurunan dari jurnalistik tradisional dan memunculkan antusiasme baru karya jurnalistik dalam bentuk budaya populer. Menurut Stephan Malovic inti utama dari definisi tabloid adalah : “*a tabloid is that it publishes sensational information about the private life of prominent people. The more prominent the person and more sensational the story, the better*”.

Dari definisi tersebut, maka tabloid bukan hanya format dalam pengertian ukuran kertas atau *layout* tampilan sebuah media cetak, namun lebih mengarah pada kecenderungan isi media dan konstruksi awak media dalam meliput sebuah peristiwa. Howard Kurtz mengungkapkan fenomena tabloidisasi berdasarkan analisis dari penelitian yang dilakukannya tentang perubahan media massa di Amerika Serikat tahun 1990-an. Kurtz memandang bahwa banyak penerbit di Amerika Serikat di tahun 90-an yang menginginkan korannya terlihat *friendly* (dekat) dengan pembaca. konsekuensinya adalah berita *hard news* harus hilang dan relevansi ditonjolkan. Deklarasi dari perubahan format ini tampak pada ratusan koran yang kemudian didesain ulang, dengan halaman muka dijejali dengan foto-foto besar dan teks dalam bingkai kotak yang kecil (Kurtz, 1993:339).

## **2.2 Sejarah Perkembangan Wawasan**

Pada tahun 1980-an hingga awal 1990-an *Suara Merdeka* demikian dominan di Jawa Tengah dengan makin diterimanya slogan “Korannya Jawa Tengah” dan semakin terbangunnya struktur distribusi koran di banyak wilayah

Jateng, hal ini ditandai dengan semakin banyaknya kantor perwakilan *Suara Merdeka* di kota-kota besar maupun eks-karesidenan dengan prinsipnya yaitu sepagi mungkin koran harus sampai ke tangan pembaca. Saking stabilnya, pada 1986 pemilik *Suara Merdeka* mendirikan koran baru, yakni Koran Sore *Wawasan*. Pada Era tahun 1980-an yang merupakan era penuh tekanan bagi pers Indonesia.

Saudara baru ini dimaksudkan sebagai *inner competitor*, karena memang berada dalam situasi yang stabil dan nyaman terus bisa berbahaya bagi *Suara Merdeka*. Ibarat petinju yang lama tidak bertanding, akan banyak kehilangan sensitivitas dan responsibilitas, apalagi situasi sosial politik memang “tidak menantang” secara jurnalistik, namun pemerintah saat itu sangat merepresi media, sekaligus memberi pelayanan informasi untuk media. Artinya, kebenaran suatu fakta yang diungkapkan di media (fakta media) akan tidak bermasalah jika melalui koridor yang ditentukan oleh pemerintah. Setidak-tidaknya, kritik terhadap ABG (ABRI-Birokrasi-Golkar) “diharamkan” pada era pra 1998 itu, kecuali menjelang akhir kejayaan Soeharto.

Atas gagasan Ir Budi Santoso selaku pendiri dan juga Presiden Direktur PT. *Suara Merdeka Press*. Tanggal 17 Maret 1986 dengan Surat Keputusan Menteri Penerangan RI No. 027/SK/Menpen/SIUPP/A7 tanggal 28 Januari 1986, *Wawasan* terbit pertama kali. *Wawasan* menjadi satu-satunya koran sore yang terbit di Jawa Tengah. Pemilik perusahaan sengaja menerbitkan *Wawasan* di sore hari karena di pagi hari sudah ada *Suara Merdeka*. Di samping itu jajaran direksi ingin menampilkan informasi yang tidak tersaji di pagi hari. Misi lahirnya *Wawasan* adalah *Product Oriented* (berorientasi produk) dan *Market Oriented*

(berorientasi pada pasar). Tahun-tahun pertama *Wawasan* berupaya untuk meningkatkan volume penjualan dengan menguasai pasar sebagai sasaran, dan belum berupaya memperoleh laba. Memasuki tahun ketiga jajaran direksi merasakan bahwa masyarakat Jawa Tengah sudah mulai haus akan informasi tambahan, dan peminat *Wawasan* mulai bertambah.

Pada masa itu mendapatkan SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers) dan mempertahankannya bukan hal yang mudah, karena saat itu ada juga *Prioritas* yang dipimpin oleh Surya Paloh, namun koran itu tidak berumur panjang karena terpaksa dibreidel pemerintah setelah menulis editorial yang membandingkan Soeharto dengan Fir'aun. Sebelumnya juga sudah ada dua koran sore yaitu *Sinar Harapan* (Jakarta) dan *Surabaya Post* (Surabaya). Tetapi dua koran sore ini kurang cukup waktu untuk bisa mengisi kekosongan itu, karena jarak yang cukup jauh dan kedua koran ini tidak berbasis di Jawa Tengah, sehingga kebutuhan informasi mengenai keadaan di Jawa Tengah belum bisa terpenuhi. Alasan kuat diterbitkannya *Wawasan* untuk mengisi waktu kekosongan informasi dikarenakan media televisi saat itu hanya ada satu yaitu TVRI, dengan jam siar dimulai pukul 16.30.

Pada awal penerbitan Drs Supriyadi RS menjabat sebagai Pemimpin Umum, Dra Sarsa Winiarsih Santoso sebagai Pemimpin Perusahaan, dan Soetjipto SH sebagai Pemimpin Redaksi. Kompleks Pertokoan Simpang Lima Blok A No. 10 dijadikan sebagai kantor bersama, dengan jumlah reporter kota 13 orang, dan 21 orang koresponden se-Jawa Tengah, di bagian usaha jumlah personel juga tidak lebih banyak dibandingkan dengan personel di bagian redaksi. Saat itu

*Wawasan* Berkantor di Jalan Pandanaran II/10, kantor ini merupakan kantor pusat redaksi, sedangkan manajemen tetap berkantor di Pertokoan Simpanglima Semarang. Strategi khusus diterapkan bidang pemasaran untuk mengenalkan produk baru *Wawasan* kepada masyarakat. Pada awalnya *Wawasan* diperkenalkan kepada warga kota (Madya) Salatiga, Kabupaten Grobogan, Kabupaten Kendal, dan dikembangkan lagi ke wilayah yang lebih jauh sehingga seluruh Jawa Tengah dapat terlayani oleh koran sore ini.

### **2.2.1 Koran Berani di Sore Hari**

Pada Era Orde Baru sebagai harian sore *Wawasan* dikenal karena dianggap berani tampil beda. Di era yang penuh tekanan karena sebagian besar media massa pada saat itu sangat berhati-hati, *Wawasan* justru dengan berani menjalankan fungsinya sebagai alat kontrol dengan sajian-sajian yang berani tetapi tetap menjunjung tinggi profesionalitas, etika, dan manfaat bagi masyarakat, sehingga *Wawasan* semakin diminati oleh masyarakat dan semakin berkembang.

Di tengah masa sulit bagi pers untuk menyuarakan hal yang sebenarnya, *Wawasan* berusaha untuk tampil beda, ketika koran-koran lain dikenal dengan sebutan “koran manis” *Wawasan* muncul dengan sebutan “koran berani”. Sejak lahir di tahun 1986 *Wawasan* menjadi koran yang berani karena pada masa itu *Wawasan* dituntut harus tampil beda, sebagai koran baru akan sulit untuk bisa merasuk di hati pembaca jika hanya tampil apa adanya berdasarkan standar nilai jurnalistik umum. *Wawasan* akan dianggap sama saja dengan koran pagi lain, dalam arti tidak memiliki nilai tambah yang berbeda. Pertama kali *Wawasan* terbit

sempat memberitakan sebuah peristiwa menggemparkan hingga menjadi isu nasional, yaitu ketika memberitakan pelaksanaan ospek mahasiswa kedokteran UNDIP Semarang pada tahun 1986, dimana salah satu mahasiswi peserta ospek disuruh menelan kodok hidup oleh seniornya. Saat itu koran-koran nasional mengakses informasi terkait peristiwa tersebut dari *Wawasan*, termasuk mengakses informasi untuk berita-berita selanjutnya yang terjadi di Semarang.

Sejak saat itu *brand image Wawasan* pun menjadi meningkat dan terus dipertahankan dengan keberanian-keberanian yang akurat dalam beragam pemberitaannya serta dapat dipertanggungjawabkan. *Wawasan* mengupas berita sesuai dengan fakta tanpa ada sensor yang berlebihan, hal ini yang membuat para pembaca kalangan menengah keatas maupun menengah kebawah tertarik membaca *Wawasan* dan dapat mencerna informasi dengan mudah. Nilai-nilai yang terkandung dalam pemberitaan *Wawasan* juga tergolong cukup lengkap, meliputi beragam pemberitaan dengan topik seputar politik, ekonomi, sosial maupun berita kriminal.

Pada tahun 1987 *Wawasan* sempat dianggap sebagai korannya orang PDI (Partai Demokrasi Indonesia), karena pemberitaan *Wawasan* terlalu berani dalam mengkritik kebijakan yang dibuat oleh penguasa pada masa itu yang didominasi oleh orang-orang dari partai Golkar (Golongan Karya). Hal ini masih terus terjadi hingga tahun 1988-1994 pada saat pemerintahan Golkar berkuasa, wartawan *Wawasan* banyak yang mengalami intervensi dan diteror dalam pemberitaannya.

Redaktur *Wawasan* seringkali dipanggil oleh Kapendam (Kepala Penerangan Kodam), atau bahkan oleh Pangdam terkait dengan berita yang

dimuat jika muatannya dianggap kurang pantas. Misalnya terkait gambar kartun tokoh *Cemeng* karya Koesnan Hoesi yang kepalanya dianggap mirip dengan bentuk celurit. Ilustrasi cerita anak pada edisi Minggu yang menggambarkan seorang perempuan dengan rambut terurai, rambut yang terurai tersebut diidentikkan juga dengan bentuk celurit, serta ilustrasi cerpen bergambar celurit dengan darah menetes juga tak luput dari peringatan Kapendam IV Diponegoro yang waktu itu dijabat Letkol Susila darmoadji. “Sekarang celuritnya, suatu saat nanti pasti muncul palunya” ujar sang Letkol kepada redaksi waktu itu. Bahkan mantan Gubernur Suwardi pada masa itu pernah memerintahkan staffnya untuk tidak berlangganan *Wawasan*, dan menyuruh mereka berlangganan *Kompas* “gratis” dibiayai oleh kantor.

Isu tentang PKI memang menjadi hal yang sangat sensitif dan rawan pada masa itu, hingga redaksi atau wartawan *Wawasan* sering dipanggil oleh pejabat yang tidak berkenan dengan berita yang dimuat hingga mendapatkan beragam umpatan seperti “yang menulis berita semacam ini pasti PKI”. Saat terjadi kerusuhan berbau SARA di Pekalongan dan *Wawasan* memuat beritanya, muncul ancaman dari pihak berwenang “kalau kerusuhan ini sampai Semarang, pertama kali *Wawasan* yang akan dipegang”. Pada awal masa terbit *Wawasan* juga pernah memberitakan sebuah kasus penggelapan yang diantaranya melibatkan oknum instansi militer di Salatiga, hingga ada informasi bahwa satuan di instansi militer tersebut akan menggeruduk kantor redaksi, meski akhirnya situasi berjalan baik dan tidak ada oknum yang datang menggeruduk kantor *Wawasan*. Jajaran redaksi tetap berusaha mempertahankan ritme keberanian *Wawasan* agar dapat tetap

eksis, dengan beragam pemberitaan yang selalu berpegang teguh pada aturan yang berlaku seperti kode etik jurnalistik dan Undang-Undang.

### **2.2.2 *Wawasan* Terus Berubah dari Waktu ke Waktu**

Pada tahun 1986 sampai dengan tahun 1989, jumlah halaman koran sore *Wawasan* hanya delapan halaman. Materi berita sekitar 25% diperoleh dari wartawannya sendiri, baik yang bertugas di kota Semarang atau wartawan koresponden yang berada di kota-kota lain di Jawa Tengah, Jakarta, Surabaya, selain itu materi berita juga didapat dari berbagai kantor berita seperti LKBN Antara dan KNI serta dari monitoring berita radio dan televisi. Jumlah *space* halaman pada saat itu sekitar 90% untuk berita, 10% untuk iklan.

Mulai Juni 1989 ada perubahan misi di *Wawasan*, dari delapan halaman menjadi 12 halaman, materi berita difokuskan untuk peristiwa-peristiwa penting di Jawa Tengah khususnya kota Semarang sekitar 60%, dan 40% untuk berita dari daerah di sekitar Semarang termasuk berita dari luar Jawa Tengah dan berita nasional. Perbandingan *space* halaman untuk berita dan iklan juga mengalami perubahan menjadi 65% untuk berita dan 35% diharapkan terisi oleh iklan sesuai peraturan Menteri Penerangan saat itu.

Mengikuti perkembangan isu-isu sosial yang begitu cepat dan beragam sejak kebebasan pers didengungkan pada 1998, mulai November 2002 *Wawasan* terbit enam belas halaman, sedang pada edisi Selasa, Kamis, Sabtu dan Minggu *Wawasan* terbit dengan dua puluh halaman. Sebagai upaya dalam mengikuti perkembangan informasi, sejak Oktober 2002 *Wawasan* resmi membuka situs

[www.wawasanredaksi.co.id](http://www.wawasanredaksi.co.id) yang di tahun 2006 berubah menjadi [www.wawasandigital.com](http://www.wawasandigital.com) sebagai sarana penyebaran informasi melalui internet. *Wawasan* sore memiliki sekitar 220 karyawan, jumlah tersebut merupakan keseluruhan karyawan yang berada di Divisi Redaksi, Keuangan, Iklan, Perusahaan, Tata Usaha, dan Pemasaran.

Berbagai Perubahan terus menerus dilakukan oleh *Wawasan*, pada awalnya meski koran ini hanya terbit delapan halaman namun sangat progresif. Hal ini ditandai dengan saat koran-koran lain masih menggunakan cetak hitam putih, *Wawasan* sudah *full colour* untuk halaman utamanya, serta terbit seminggu penuh termasuk hari Minggu ketika koran-koran lain masih terbit enam kali seminggu. Meski sudah terbit delapan halaman setiap hari kecuali edisi minggu yang sejak awal sudah terbit dengan 12 halaman, *Wawasan* masih kurang menarik bagi pasar. Untuk mengikuti selera pasar *Wawasan* berubah lebih tebal menjadi 12 halaman, dan untuk semakin mengikuti perkembangan *Wawasan* pun terbit menjadi 16 halaman setiap hari. Ketika harga kertas melonjak tinggi pada pertengahan tahun 1990-an dan terjadi krisis keuangan negara, *Wawasan* terbit lagi dengan 12 halaman bahkan edisi Minggu sempat dihentikan, namun saat situasi mulai membaik *Wawasan* kembali terbit 16 halaman dan edisi Minggu diterbitkan kembali. Tahun 1997 Indonesia mengalami krisis ekonomi yang semakin parah hingga terjadi krisis multidimensional, namun *Wawasan* tetap mampu bertahan meski harus melakukan efisiensi di berbagai bidang.

Regenerasi di jajaran redaksi terus dilakukan termasuk rekrutmen bagi para wartawan baru secara berkala. Perubahan tata wajah juga terus dilakukan

secara dinamis, namun perubahan ini tetap diupayakan jangan sampai pembaca menjadi tidak mengenali lagi *Wawasan*. Sejak meninggalnya Drs Supriyadi, posisi Pemimpin Umum dijabat oleh Soetjipto SH yang sebelumnya menjabat sebagai Pemimpin Redaksi dibantu oleh dua Wakil Pemimpin Redaksi Drs Sosiawan dan Drs Budi Susanto. Pada tahun 1990-an nama “Harian Sore *Wawasan*” berubah menjadi “Koran Sore *Wawasan*” Dalam perkembangan selanjutnya *Managing Director* PT. *Suara Merdeka Press* Kukrit Suryo Wicaksono melakukan dinamisasi pada *Wawasan* “usia boleh tua, tetapi jiwa koran harus tetap muda”. Pada tanggal 1 Juli 2003 Ir Sriyanto Saputro yang sebelumnya menjabat sebagai Kepala Biro Kota harian *Suara Merdeka* ditunjuk menjadi Pemimpin Redaksi *Wawasan* yang baru, dengan wakil pemimpin redaksi Drs Sosiawan, sedangkan Soetjipto SH tetap menjabat sebagai pemimpin umum.

Perubahan kepemimpinan ini makin mempertajam sajian-sajian *Wawasan* yang terus mengalami banyak perubahan sejak lahirnya UU Pers No. 40 tahun 1999. Struktur baru juga dibentuk di jajaran pimpinan untuk lebih meningkatkan kinerja perusahaan, Pemimpin Perusahaan Dra Sarsa Winiarsih Santoso dibantu Wakil Pemimpin Perusahaan Djoko Sutedjo SH, Pemimpin Umum Soetjipto SH dibantu oleh wakil Pemimpin Umum Elvin S Ma’arif SE. Perubahan juga dilakukan di level manajer unit usaha, untuk meningkatkan kinerja menuju terciptanya produk yang berkualitas bagi para pembaca dan relasi koran sore *Wawasan*.

Beragam perubahan termasuk juga perubahan pada rubrikasi membuat *Wawasan* tampak benar-benar memberitakan Suara Jawa Tengah. Rubrikasi-

rubrikasi khusus selain halaman utama yang meliputi wilayah Jawa Tengah yaitu Semarang Sambung Makmur (Salatiga, Ambarawa, Ungaran, Demak, Kendal, Mranggen, Purwodadi), Dulangmas (Kedu, Magelang, Banyumas), serta rubrik pesisir, Solo Yogya, nasional, opini, bisnis, fokus, gebyar, prisma, olahraga. Rubrik-rubrik ini menunjukkan bahwa *Wawasan* tampak semakin berusaha untuk melayani pembacanya lebih baik lagi, tiras *Wawasan* juga semakin bertambah dan menurut informasi dari redaktur pelaksana pada rapat kerja terakhir bukan Januari 2004 tirasnya mencapai 22.000 eksemplar dengan 40% peredaran koran adalah di wilayah Semarang. Pembaca *Wawasan* di kota Semarang terdiri dari pelanggan serta pembeli eceran, dan tersebar merata ke segala kalangan.

Halaman utama yang terdiri dari halaman pertama dan terakhir, biasanya dipilih topik mengenai kejadian serta isu yang menarik serta yang terkait langsung dengan Jawa Tengah. Penyajiannya dibuat semenarik mungkin, dengan perubahan format di pojok kiri atas halaman pertama, sejak 1 September 2003 terdapat rubrik yang berisi opini redaksi yang berupa karikatur berwarna yang cukup menggelitik serta seringkali berisi kritik tajam. Sajian-sajian lainnya seperti halaman utama diatur sedemikian rupa dengan *layout*, judul dan warna yang menarik serta membahas permasalahan-permasalahan yang aktual.

Sebagai koran umum non partisan yang menjadikan komunitas sore di Jawa Tengah sebagai target pembacanya, *Wawasan* berusaha untuk selalu bersikap netral, berusaha menyajikan segala sesuatu yang relevan serta bermanfaat bagi pembacanya, serta selalu memegang teguh etika profesi. Sebagai lembaga bisnis, selain keberadaannya sebagai lembaga sosial, *Wawasan* selalu

berusaha melayani keinginan publik serta para relasinya termasuk pemasang iklan serta para pendukung lainnya, demi pengembangan *Wawasan* kedepan.

Sejak 1 September 2003 motto *Wawasan* “Pengemban Cita-cita bangsa” resmi diganti menjadi “Suara Jawa Tengah”, misi yang lama tetap dibawa tanpa harus dijadikan sebagai motto. Motto yang baru “Suara Jawa Tengah” dimaksudkan untuk semakin memantapkan *positioning Wawasan* agar menjadi media aspirasi dan inspirasi bagi masyarakat Jawa Tengah karena masyarakat Jawa Tengah merupakan *stake holders* utama koran sore *Wawasan*. Jawa Tengah sebagai pasar utama, meskipun peredarannya juga memasuki DIY serta sebagian Jawa Timur dan Jawa Barat serta Jakarta.

Pendapat pakar ekonomi Rhenald Kasali bahwa “perubahan harus selalu dilakukan, jangan sampai perubahan baru dilakukan saat perusahaan sedang mulai mundur, dan sekali melakukan perubahan di satu bagian, harus secara simultan pula pada bagian atau bidang yang lain untuk mendukung tercapainya *goal* yang dituju” disepakati oleh Ir Sriyanto untuk melakukan perubahan dalam pengelolaan. Dengan dibentuknya struktur di jajaran redaksi lembaga Sekretaris Redaksi Bidang Pemberdayaan Wartawan, serta lembaga baru Biro Semarang untuk lebih meningkatkan kinerja jajaran reporter kota Semarang dan daerah *hinterland*-nya seperti kota Salatiga, Kabupaten Semarang, Grobogan, Kendal, dan Demak.

Rubrik-rubrik baru yang lebih segar seperti rubrik *Blaik* dengan tokoh sentral Djo Koplak merupakan salah satu upaya mendukung perubahan itu, rubrik otomotif untuk melayani pecinta kegiatan otomotif di Semarang dan Jawa

Tengah, rubrik andalan *Berita Terakhir* yang berubah nama menjadi *Terkini*, serta Rubrik Baru Saja yang terinspirasi dari adanya *running text* di televisi, dalam bentuk berita-berita pendek yang hanya berupa informasi singkat, baru esok paginya disajikan lebih lengkap termasuk juga berita acara-acara pelantikan pejabat. *Wawasan* berusaha untuk menjadi yang terdepan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Tuntutan untuk menyajikan berita seperti motto “Pagi Terjadi Sore Tersaji” terus diupayakan, sehingga pada halaman satu sekitar 90% merupakan berita pagi.

Perubahan juga dilakukan di bidang tata wajah atau *layout*, halaman utama ditata menjadi semakin dinamis, karena wajah depan adalah etalase maka harus disajikan sesuatu yang dinamis untuk bisa menarik perhatian pembaca. Perubahan lainnya pada edisi Minggu, jumlah halaman yang semula hanya 16 ditambah menjadi 20 halaman serta ada halaman *full colour* dimana gambar-gambar ditampilkan semakin ekspresif. Anak-anak yang gemar menggambar juga bisa menampilkan karyanya di rubrik Anak pada edisi Minggu.

### **2.2.3 Penelitian Dewan Pers**

Tahun 2004 Dewan Pers mengadakan penelitian terhadap 28 surat kabar yang terbit di Pulau Jawa, salah satu dari 28 objek penelitian itu adalah koran sore *Wawasan*. Dalam penelitian ini, Dewan Pers menggunakan unit analisis diantaranya *factualness*, atau derajat faktualitas suatu berita untuk menentukan *main point* dari rangkaian cerita dalam berita, kemudian nilai informasi, keterbacaan (*readability*), dan *check ability*. Dari 226 berita yang diteliti selama

bulan Juli hingga Agustus 2004, *main point Wawasan* berada di awal paragraf (10,6 persen). Posisi *main point* di awal paragraf memberikan kemudahan bagi pembaca untuk mencerna berita, dan menunjukkan bahwa *Wawasan* memenuhi kaidah piramida terbalik dalam penulisan berita. Untuk dimensi *readability* tercatat 80,5 persen berita *Wawasan* tidak ada pengulangan kalimat atau frase, ini menunjukkan bahwa penyusunan kalimatnya cukup efisien. Dimensi *check ability* menunjukkan 97,3 persen didukung sumber atau rujukan yang jelas dan 86,3 persen beritanya disertai ricek. Terdapat juga 9,3 persen yang tidak disertai ricek dan 4,4 persen memang tidak membutuhkan ricek.

Dalam penelitian itu juga ditunjukkan bahwa untuk unsur kelengkapan berita yakni 5 W dan 1 H (*what, who, where, when, why dan how*), 76,5 persen memenuhi kelengkapan, yang sering dilupakan adalah unsur *when* (kapan) dan *how* (bagaimana). Unsur *when* kesalahan tipikalnya karena tidak menyebutkan hari atau tanggal secara pasti, misalnya hanya ditulis pagi tadi, hari ini, kemarin. Untuk menilai kualitas pemilihan berita yang biasa disebut *relevance dimension*, 95,6 persen beritanya memiliki *psychographic proximity*. Untuk mengukur kedekatan emosi dengan pembacanya. Kemudian *geographic proximity* atau kedekatan geografis sebesar 68,1 persen. Dari penelitian Dewan Pers ini ditemukan data, 64,4 persen berita yang diekspos *Wawasan* diangkat dari kasus lokal serta memiliki kesesuaian dengan daerah diatribusi media, sisanya 29,2 persen berita nasional, 1,8 persen berita internasional, dan 0,5 persen berita dari luar daerah.

Sebagai koran sore, dimensi *timeliness* atau kecepatan penyajian berita sangat diperhatikan oleh jajaran redaksi agar *Wawasan* dapat selalu menjadi yang terdepan. Ini terbukti dengan hasil penelitian bahwa 98,2 persen berita menunjukkan kecepatan penyajian berita, sedangkan untuk kategori aktualitas, 99,1 persen berita yang dimuat tercatat berdasarkan aktualitas objektif. Dari 226 berita yang diteliti 221 diantaranya menunjukkan derajat aktualitas yang tinggi. *Wawasan* berada di urutan ketiga setelah *Kompas* dan *Republika* dari hasil penelitian Dewan Pers berdasarkan *information value* atau nilai berita. Skor untuk *Kompas* 17, 69 dengan nilai bagus, *Republika* 17, 58 dengan nilai bagus, dan *Wawasan* 17,1 dengan nilai bagus. *Wawasan* menempati urutan keenam dengan skor 24,8 dengan nilai bagus untuk kategori penilaian *performance* atau performa media. Meskipun terbit di daerah sebagai koran lokal, *Wawasan* mampu berbicara di percaturan nasional. *Performance*-nya diakui sebagai koran yang layak diperhitungkan di tingkat nasional (SM, 2010:15)

Sejak tanggal 10 Januari 2011 “Koran Sore *Wawasan*” berubah konsep untuk lebih melayani kebutuhan pasar dengan berubah menjadi “Koran Pagi *Wawasan*” dengan motto baru yaitu “cerdas mengupas”. Format baru yang dimaksud adalah perubahan *Wawasan*, dari semula koran sore menjadi koran pagi. Awalnya kelebihan koran sore dibandingkan dengan koran pagi yaitu dapat memunculkan berita-berita yang tidak ada pada koran pagi, namun seiring dengan berjalannya waktu dan kemajuan teknologi yang semakin pesat, serta perkembangan media televisi dan media *online*, maka ruang informasi di sore hari yang ingin dipenuhi dengan adanya koran sore sudah tidak efektif lagi.

#### 2.2.4 Visi dan Misi

Visi dan misi *Wawasan* hampir sama dengan visi dan misi *Suara Merdeka* dalam mengikuti perkembangan teknologi informasi dan era globalisasi.

##### a. Visi

Sebagai perusahaan media informasi yang handal untuk peningkatan kecerdasan, kesejahteraan masyarakat dan pengasuh *Suara Merdeka Group*

##### b. Misi

Mandiri : menyelesaikan pekerjaan atau tugas secara profesional

Etika : bertingkah laku atas dasar nilai-nilai moral dan agama

Dedikasi : belajar berdasarkan pengabdian kepada perusahaan

Inovasi : mengembangkan kebiasaan yang terus menerus demi kemajuan

Administrasi : tertib administrasi dalam segala bidang

#### 2.2.5 Perolehan Usaha dan Jaringan Pemasaran

Keuntungan yang diperoleh perusahaan dari kegiatan media komunikasi ini selain memperoleh profit dari oplah penjualan, juga membuat terobosan dengan menawarkan *space* iklan bagi khalayak, yang terdiri dari :

- Iklan cabe rawit dan ragam (cabe rawit bergambar)
- Iklan koloman
- Iklan *display*

Sedangkan untuk memperluas jaringan pemasaran di luar kota Semarang didirikan kantor-kantor perwakilan di daerah, kantor-kantor perwakilan ini meliputi antara lain :

- DKI Jakarta
- Purwokerto
- Magelang (Purworejo dan DIY)
- Surakarta (Klaten dan eks Karesidenan Surakarta)
- Kudus ( Eks Karesidenan Pati)

## 2.2.6 Jajaran Pelaksana

**Tabel 2.1**  
**Jajaran Pelaksana**

Pendiri	Ir. H Budi Santoso
Pemimpin Umum	Didiek Soekmono
Pemimpin Redaksi	Sriyanto Saputro
Pemimpin Perusahaan	Sarsa Winiarsih Santoso
Wakil Pemimpin Umum	Irianto Joko Moelyono
Wakil Pemimpin Redaksi	Widiyartono R
Wakil Pemimpin Perusahaan	Djoko Sutedjo
Redaktur Senior	Sosiawan, Parlindungan Manik
Redaktur Pelaksana	Budi Sutomo, Mustangin Arie Wibowo
Koordinator Liputan	Samsudin Bakrie, Heri Suyanto
Sekretaris Redaksi	Hasto Ariono
Redaktur dan Staf	Eddy Tuhu PW, Koesnan Hosie, Adlan Heriyudi, Sosro Margono, Achmad Ris Ediyanto, Daisy Budiharto, Hasan Fauzy, Marco Marnadi, N Jaka Saptana, Sucito, Is Heru P, Purnomo WA, Sarjono, Kusmiyanto, Didik Saptiyono, Aman Ariyanto, Yunan Hidayat, Sutjipto, Wisnu Setiaji, Yanuar Dwi Sarjono
Biro Semarang	Ari Wibowo (Kepala), Sunarto (wakil kepala)
Reporter	Unggul Subagyo, Bambang Sulistiyono, Rita Hidayati, Sugeng Arioatmojo, Sapto Sari Jati, Felek Wahyu, Jaka Nuswantara, Nurul Wahid, Mawarni Dewi Manik, Ali Muntoha, Rusmanto Budi, Ernawati, Agus Umar
Fotografer	Weynes Furqon S
Koresponden Kedu	Tri Budi Hartoyo (Koordinator), Widias Cahyono, Dulrokhim, Heri Setyadi, Ali Subchi
Koresponden Banyumas	Joko Santoso (Koordinator), Hermiana Englaningtyas, Ruhito, Ady Purwadi
Koresponden Pekalongan	Janti Artati (Koordinator), Eko Saputro, Ali Ghufron, Hadi Waluyo, Agus K, Probo W
Koresponden Pati	Wahono (Koordinator), Budi Santoso, Jukari, Ali Bustomi

Koresponden Surakarta	Tulus Premana (Koordinator), Suroko SP, Sutarmin DS, Bagus Atas AW, Sutyatmoko W, Suti Hapsoro, Nurul Huda
Koresponden Jakarta	Arya
Manajer Iklan/Promosi	Bambang Koencoro
Manajer Pemasaran	Heru Djatmiko
Manajer TU	Yetti Ismiyati
Manajer HRD	Haryanto
Kabag Keuangan	Siti Aisyah
Kabag Accounting	Dwi Suparno

Sumber : Harian *Wawasan* edisi Januari 2011

Proses penelitian ini berlangsung pada periode Juli 2011 hingga Januari 2012, pada bulan Februari 2012 terdapat perubahan pada struktur jajaran pelaksana *Wawasan*. Perubahan ini dilakukan oleh *Suara Merdeka Group* dengan tujuan penyegaran di jajaran redaksi, seiring dengan proses pembenahan yang dilakukan secara terus-menerus pasca berubah menjadi koran pagi sejak Januari 2011. Dalam struktur yang baru, Sriyanto sebagai Pemimpin Redaksi digantikan oleh Agus Toto Widyatmoko yang semula menjabat sebagai Kepala Biro Kota di *Suara Merdeka*. Beberapa personil lain di jajaran redaksi juga turut mengalami pergantian, dalam *Suara Merdeka Group* perubahan adalah suatu hal yang wajar dan sering dilakukan dengan harapan dapat memunculkan inovasi-inovasi baru yang lebih *progress* untuk *Wawasan* kedepannya agar dapat lebih baik lagi. Berikut adalah tampilan struktur jajaran pelaksana *Wawasan* yang baru mulai Februari 2012.

**Tabel 2.2**  
**Jajaran Pelaksana**

Pendiri	Ir. H Budi Santoso
Pemimpin Umum	Didiek Soekmono
Pemimpin Redaksi	Agus Toto Widyatmoko
Pemimpin Perusahaan	Sarsa Winiarsih Santoso
Wakil Pemimpin Umum	Irianto Joko Moelyono
Wakil Pemimpin Perusahaan	Djoko Sutedjo
Redaktur Senior	Sosiawan
Redaktur Pelaksana	Budi Sutomo, Achmad Ris Ediyanto
Koordinator Liputan	Heri Suyanto
Sekretaris Redaksi	Samsudin Bakrie
Redaktur dan Staf	Eddy Tuhu PW, Adlan Heriyudi, Sosro Margono, Sucito, Kusmiyanto, Didik Saptiyono, Aman Ariyanto, Yunan Hidayat, Soetjipto, Wisnu Setiaji, Yanuar Dwi Sarjono, Sunarto, Siti Khajarwati
Biro Semarang	Ari Wibowo (Kepala), Sunarto (wakil kepala)
Reporter	Unggul Subagyo, Rita Hidayati, Sugeng Ariatmojo, Spto Sari Jati, Felek Wahyu, Jaka Nuswantara, Nurul Wahid, Mawarni Dewi Manik, Ali Muntoha, Rusmanto Budi, Ernawaty, Agus Umar
Fotografer	Weynes Furqon S
Koresponden Kedu	Tri Budi Hartoyo (Koordinator), Widyas Cahyono, Dulrokhim, Ali Subchi
Koresponden Banyumas	Joko Santoso (Koordinator), Hermiana Englaningtyas, Ruhito, Ady Purwadi
Koresponden Pekalongan	Janti Artati (Koordinator), Eko Saputro, Ali Ghufron, Hadi Waluyo, Agus K, Probo W
Koresponden Pati	Wahono (Koordinator), Budi Santoso, Jukari, Ali Bustomi
Koresponden Surakarta	Tulus Premana (Koordinator), Bagus Atas AW, Sutyatmoko W, Suti Hapsoro
Manajer Iklan/Promosi	Irianto Joko Moelyono
Manajer Pemasaran	Heru Djatmiko
Manajer TU	Yetti Ismiyati
Manajer HRD	Widiyartono R
Kabag Keuangan	Siti Aisyah
Kabag Accounting	Dwi Suparno

Sumber : Harian *Wawasan* edisi Mei 2012

### 2.2.7 Struktur Organisasi Departemen Redaksi *Wawasan*

Dalam menjalankan roda usahanya di bidang komunikasi, Kantor Redaksi *Wawasan* mempunyai struktur organisasi dan tatakerja yang cukup efektif

sehingga masing-masing divisi atau personal mempunyai tugas dan tanggung jawab serta wewenang yang jelas. Adapun untuk mengetahui secara detail bagan dan susunan organisasi kantor redaksi *Wawasan* telah disajikan bagan dan uraian tugas sebagai berikut :

1. Pemimpin Redaksi (Pemred)

Tugas dan tanggung jawab pimpinan redaksi adalah :

- a. Mewakili Departemen Redaksi untuk kegiatan luar
- b. Memberikan arahan kebijakan redaksional
- c. Memimpin Dewan Redaksi
- d. Memimpin rapat koordinasi antara Wakil Pimpinan Redaksi, Redaktur Pelaksana, dan Kepala Departemen Redaksi
- e. Melakukan evaluasi terhadap kegiatan redaksional
- f. Melakukan tugas-tugas administrasi

2. Wakil Pemimpin Redaksi

Tugas dan tanggung jawab Wakil Pimpinan Redaksi adalah :

- a. Menggantikan tugas Pemred, jika Pemred berhalangan hadir
- b. Mengurus masalah *intern* di Departemen Redaksi
- c. Melakukan supervisi pada semua bagian di Departemen Redaksi
- d. Memimpin rapat koordinasi antara Redpel dan Kepala Desk

### 3. Dewan Redaksi

Tugas dan tanggung jawab Dewan Redaksi adalah membantu Pemimpin Redaksi dan Wakil Pemimpin Redaksi yang meliputi :

- a. Memberi masukan mengenai kebijakan redaksional secara umum
- b. Memberi saran mengenai kebijakan liputan tertentu
- c. Membantu melakukan evaluasi terhadap karya Departemen Redaksi
- d. Membantu menulis tajuk rencana

### 4. Redaktur Pelaksana (Redpel)

Tugas dan tanggung jawab Dewan Redaksi adalah membantu Pemimpin Redaksi dan Wakil Pemimpin Redaksi yang meliputi :

- a. Menerjemahkan kebijakan yang telah ditentukan
- b. Melaksanakan kesepakatan rapat redaksi
- c. Memimpin kegiatan operasional harian
- d. Memimpin rapat koordinasi antar desk
- e. Memantau kegiatan redaksional sampai tahap siap untuk keluar dari Departemen Redaksi

### 5. Koordinator Liputan (Korlip)

Koordinator Liputan mempunyai tugas dan tanggung jawab kepada redaksi peliputan yang meliputi :

- a. Membuat program liputan, baik harian, mingguan, maupun bulanan

- b. Mengamati surat kabar sendiri, atau surat kabar pesaing untuk mencari berita yang bisa dikembangkan
- c. Memberi penugasan pada biro, baik untuk program rutin maupun insidental
- d. Memantau pelaksanaan kegiatan liputan
- e. Memberi arahan jika ada kesulitan di lapangan
- f. Memonitor hasil-hasil liputan dan menyerahkan hasil liputan

#### 6. Sekretaris Redaksi

Tugas jabatan Sekretaris Redaksi adalah melaksanakan tugas dan bertanggung jawab kepada Pemimpin Redaksi yang meliputi :

- a. Mencatat surat-surat dan mengarsipnya
- b. Menerima tamu-tamu redaksi
- c. Mempersiapkan rapat rutin redaksi
- d. Menangani administrasi honorarium
- e. Membendel surat kabar lain sebagai referensi
- f. Mengurusi wartawan yang akan bertugas jurnalistik ke luar kota

#### 7. Redaktur/Desk

Tugas jabatan redaktur/Desk adalah melaksanakan tugas dan bertanggung jawab kepada redaksi peliputan yang meliputi :

- a. Merencanakan program untuk desk masing-masing, harian, mingguan, bulanan, yang kemudian diserahkan pada redaksi peliputan

- b. Melakukan kebijakan pemberitaan dengan memperhatikan rubrikasi yang telah disepakati
- c. Melakukan *editing* dan *rewriting* dan melaksanakan penilaian karya wartawan
- d. Membuat catatan berita-berita yang bisa dikembangkan untuk disampaikan pada redaksi liputan

#### 8. Kepala Biro

Tugas jabatan Kepala Biro adalah melaksanakan tugas dan bertanggung jawab kepada Koordinator Liputan yang meliputi :

- a. Memimpin pengumpulan berita dan memberikan usulan materi pemberitaan berdasarkan situasi yang berkembang di lapangan
- b. Melakukan pembagian tugas pada anggota biro sesuai bidang tugas dan keahlian masing-masing
- c. Mengecek hasil ulang bironya, mengenai hal-hal yang dianggap perlu, seperti soal nama orang, kota, jabatan, usia, kebenaran waktu, tempat kejadian, jumlah
- d. Mengumpulkan hasil liputan di biro untuk dikirim ke Korlip

#### 9. Reporter

Tugas jabatan reporter adalah melaksanakan dan bertanggung jawab kepada Biro yang meliputi :

- a. Bertanggung jawab atas semua berita pada bidang tugas yang telah dibebankan kepadanya
- b. Melaksanakan tugas-tugas khusus yang diberikan oleh kepala biro
- c. Menyampaikan usul-usul materi pemberitaan
- d. Menulis berita atau reportase baik berdasarkan penugasan maupun kreativitasnya sendiri.

#### 10. Modum

Tugas modum adalah melaksanakan tugas dan bertanggung jawab yang meliputi :

- a. Mendistribusikan berita-berita yang dikirim koresponden melalui jaringan komputer *L/C Line*
- b. Mengirim naskah berita siap cetak secara keseluruhan ke percetakan melalui jaringan *L/C Line*

#### 11. Internet/ Foto

Petugas internet ini mempunyai tugas dan bertanggung jawab untuk mengakses berita dan foto-foto melalui jaringan internet

#### 12. Monitoring Produksi

Tugas jabatan monitoring produksi adalah melaksanakan tugas dan bertanggung jawab meliputi :

- a. Menyiapkan berita-berita penting (selektif) atau atas permintaan redpel dari sumber-sumber televisi, radio, teleks, radio foto, foto dan peralatan elektronik lainnya.
- b. Membantu para reporter yang bertugas di lapangan untuk bisa mengirim berita ke redaksi dengan fasilitas peralatan elektronik lainnya
- c. Bertanggung jawab atas semua peralatan elektronik yang menunjang tugas-tugas redaksi

### 13. Publikasi dan Dokumentasi (Pusdok)

Tugas jabatan publikasi dan dokumentasi adalah melaksanakan tugas dan bertanggung jawab meliputi :

- a. Menyiapkan buku-buku yang dibutuhkan untuk referensi redaksi
- b. Membuat koleksi bahan-bahan, atau foto-foto dan menyiapkan untuk kepentingan kelengkapan tulisan redaksi
- c. Membuat kliping sesuai ketentuan redaksi

### 14. *Art/ Grafis*

Petugas grafis ini mempunyai tugas untuk menggabungkan antara seni dengan teknologi komputer guna menghasilkan suatu karya seni yang dapat menunjang perwajahan surat kabar.

### 15. Pracetak

Petugas pracetak ini mempunyai tugas yang meliputi :

- a. Merencanakan pola tata muka/ *lay-out* untuk seluruh halaman
- b. Memberikan *dummy* pada masing-masing penanggung jawab halaman, setelah dikurangi kapling untuk iklan, dan telah diatur penempatan foto dan kelengkapan artistik lainnya
- c. Mengatur dan mengawasi komposisi artistik halaman
- d. Membuat evaluasi di bidang tata muka untuk dilaporkan dalam rapat redaksi

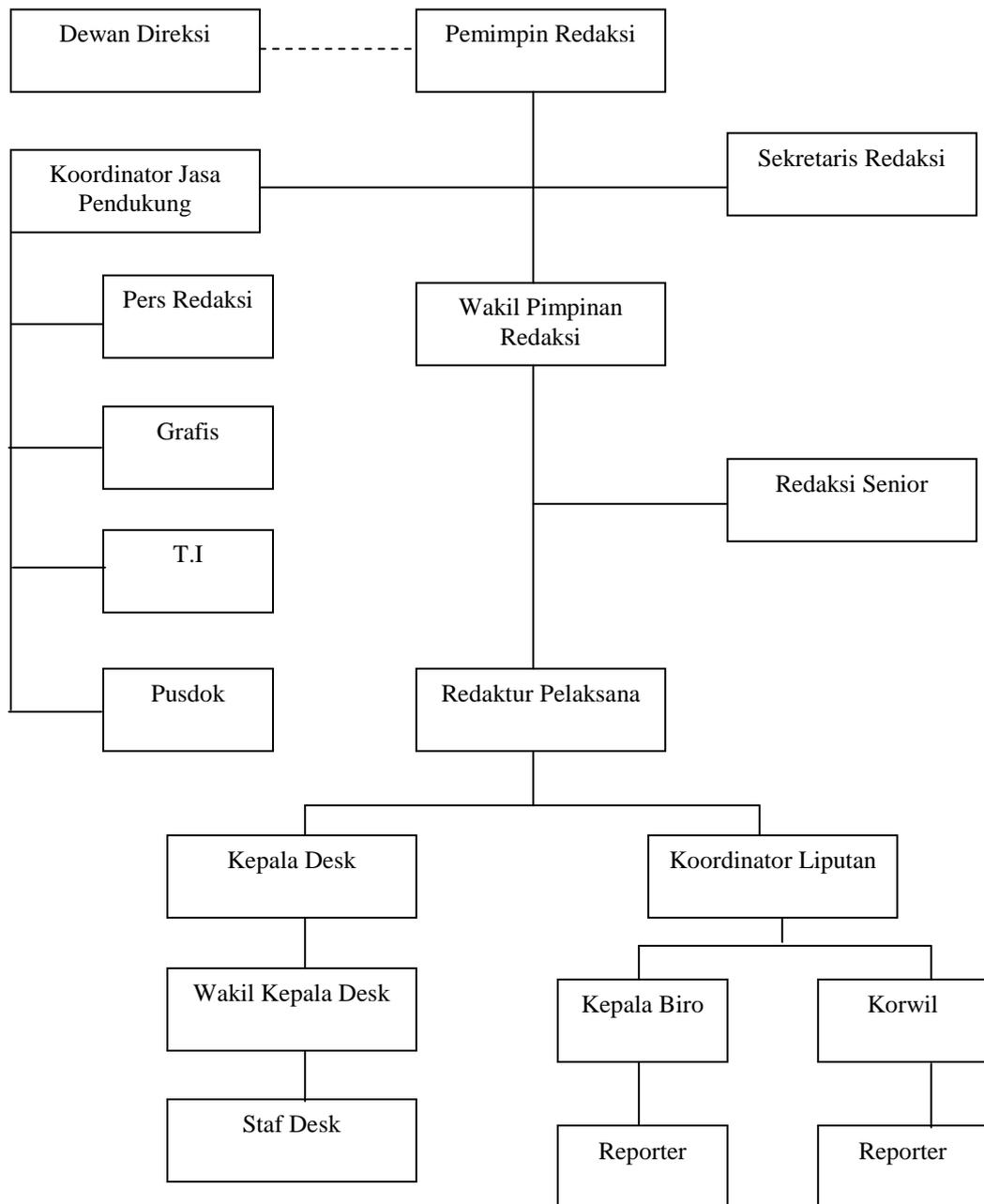
#### 16. Fotografer

Petugas fotografer ini mempunyai tugas yang meliputi :

- a. Mengambil objek/ gambar yang diperlukan untuk kepentingan berita
- b. Memberi *caption* pada objek/ gambar yang telah diambil

Untuk lebih jelasnya dibawah ini disajikan gambar atau bagan struktur organisasi Kantor Redaksi *Wawasan* sebagai berikut :

**Bagan 2.1**  
**STRUKTUR ORGANISASI DEPARTEMEN REDAKSI**  
**WAWASAN**



Sumber : Struktur Organisasi *Suara Merdeka Group* tahun 2004

Praktik Tabloidisasi yang dilakukan oleh *Wawasan* bisa dijumpai pada hasil dokumentasi yang dilakukan oleh penulis untuk melihat perbedaan dari tampilan tiga Minggu edisi *Wawasan*, yaitu edisi 1 Juli 2010-11 Juli 2010, edisi 3 Januari 2011-8 Januari 2011, edisi 10 Januari-17 Januari 2011 dengan melihat dari isi berita, judul, tata bahasa, format pemberitaan, *lay out*, tampilan foto dan lain sebagainya yang ada pada harian *Wawasan*.

Gambar 2.1

*Wawasan*, Edisi 1 Juli 2010 - 11 Juli 2010



Pada hasil dokumentasi *Wawasan* di atas, bisa dilihat bahwa dalam penyajiannya tampilan *Wawasan* bisa dikatakan sudah penuh warna sejak awal, unsur-unsur tabloidisasi sudah terlihat namun belum begitu kental sebelum perubahan 10 Januari 2011, hal ini bisa dilihat dari halaman muka atau halaman

depan dari harian tersebut, dimana setiap artikel diselingi dengan ilustrasi atau foto berita, selain itu judul berita yang menjadi berita utama di cetak tebal dan menggunakan warna merah, hal ini dilakukan *Wawasan* agar membuat pembaca penasaran ketika melihat judul tersebut dan penggunaan warna merah sekaligus menekankan bahwa berita tersebut merupakan berita yang penting untuk dibaca dan disimak oleh masyarakat.

*Wawasan* sore juga memberitakan seputar berita nasional dan dalam penyajian format pemberitaannya, *Wawasan* lebih suka menggunakan bahasa yang lebih mudah dipahami oleh pembaca. Selain itu, *Wawasan* juga banyak memberikan berita hiburan seputar olah raga khususnya sepak bola, baik dalam skala lokal maupun internasional. Pemberitaan rubrik olah raga ini juga disajikan dengan menggunakan judul berita yang lugas dan tegas, judul sengaja di cetak tebal dan berwarna hitam merah, hal ini bertujuan untuk membuat pembaca penasaran dalam membaca berita tersebut. Rubrik ini juga dilengkapi dengan ilustrasi gambar atau foto berita.

Dari cuplikan dokumentasi *Wawasan* sore di atas juga terlihat dalam rubrik Gebyar, *Wawasan* sore menampilkan berita *entertainment* yang berkaitan dengan gosip artis yang sedang “hot” dan menjadi pembicaraan publik dan disisipkan pula foto-foto artis dengan berbagai gaya. Dalam menampilkan berita yang bersifat *infotainment* atau hiburan, *Wawasan* selalu mengemas berita tersebut dengan menggunakan judul yang membuat pembaca penasaran, penggunaan bahasa yang mudah dipahami dan disesuaikan dengan “level” atau

kalangan pembacanya serta penggunaan *background* warna dalam setiap isi beritanya.

Gambar 2.2

*Wawasan*, Edisi 3 Januari 2011 - 8 Januari 2011



Dari hasil dokumentasi *Wawasan* edisi 3 Januari 2011-8 Januari 2011 di atas terlihat belum ada perbedaan yang signifikan dari edisi sebelumnya, *Wawasan* tetap menampilkan isi berita seputar isu nasional, lokal, berita olah raga, gosip artis dan lain sebagainya. Penggunaan gaya bahasa juga masih tetap sama dengan bahasa yang lugas dan jelas serta disesuaikan dengan selera pembacanya. Untuk berita seputar olah raga, pada edisi mendekati perubahan *Wawasan* terlihat sudah mulai berani menonjolkan sisi judul berita dengan penggunaan bahasa yang provokatif dan membuat pembaca penasaran, contohnya pada artikel berita yang berjudul “Macan Tidar terkam macam Putih”, “Makin Panas”. Dalam rubrik Gebyar *Wawasan* juga masih tetap mempertahankan ciri khasnya dengan memberitakan seputar gosip artis yang sedang hangat dibicarakan dengan ilustrasi gambar atau foto berita yang menarik dan sensual.

Perubahan signifikan pada *Wawasan* pagi terjadi mulai 10 Januari 2011. Perubahan tersebut bisa dilihat pada format berita, penyajian isi berita, *layout* atau tampilan berita, gaya bahasa, tampilan foto dan lain sebagainya. Perubahan ini merupakan strategi *Wawasan* pagi dalam memenuhi selera pasar, selain itu untuk menghadapi persaingan dari koran lokal lainnya, *Wawasan* pagi merubah diri dengan tampilan yang baru yang lebih *fresh* atau segar, dimana *Wawasan* pagi tidak canggung untuk memberikan lebih banyak pilihan warna, *design* grafis dan ilustrasi gambar atau foto. Hal ini membuat *Wawasan* pagi tampil lebih segar dari edisi-edisi sebelumnya, selain itu penggunaan gaya bahasa yang sedikit nakal, provokatif dan vulgar juga kerap kali ditemui di *Wawasan* pagi yang baru ini.

Gambar 2.3

Tampilan Muka dan isi berita *Wawasan Pagi*,  
Edisi 10 Januari 2011 - 17 Januari 2011.



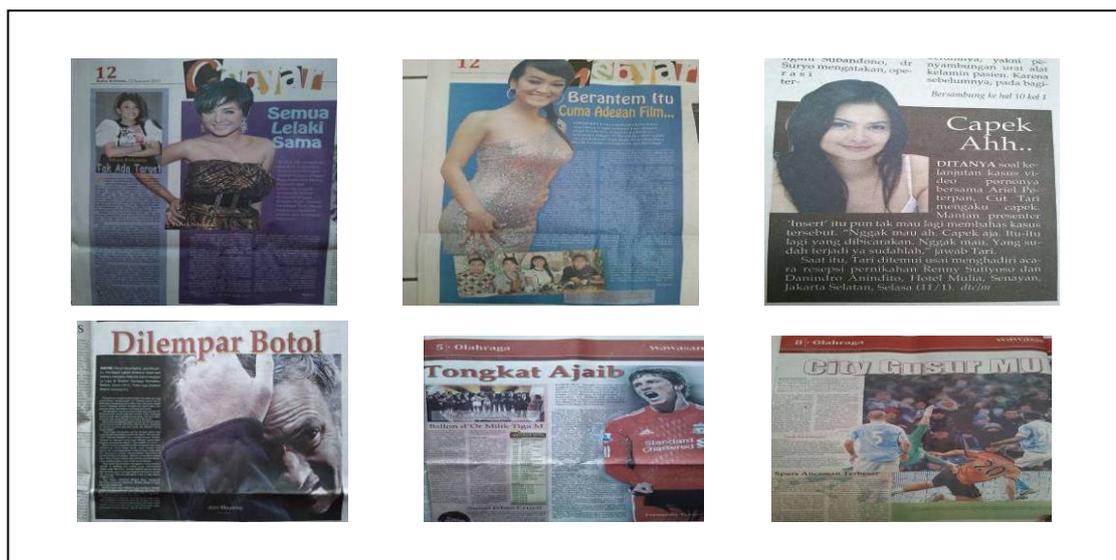
Dokumentasi dari *Wawasan pagi* edisi perubahan tanggal 10 -17 Januari 2011 terlihat bahwa dalam halaman muka atau utama tampilan tulisan “WAWASAN” tidak lagi menggunakan *background* warna merah dan *font* warna putih tetapi fontase dalam kata “WAWASAN” menggunakan warna merah tanpa *background* seperti edisi sebelumnya. Halaman depan juga tampak lebih “ramai” dari sebelumnya, mulai dari penggunaan ilustrasi gambar atau foto di setiap berita atau artikel masih tetap dipertahankan oleh *Wawasan pagi*, bahkan pada rubrik-rubrik tertentu bisa ditemui bahwa penggunaan ilustrasi gambar atau foto terkadang mempunyai porsi lebih banyak atau lebih besar dari isi artikel itu

sendiri. Dari segi isi berita seperti yang terlihat pada gambar di atas, *Wawasan* pagi lebih banyak menyajikan berita-berita lokal dan mengurangi porsi berita nasional. Selain itu jenis berita yang disajikan juga lebih banyak berita berkaitan dengan berita-berita kriminal, *infotainment*, olahraga dan lain sebagainya. Berita ekonomi atau politik mendapatkan porsi yang lebih sedikit dibandingkan berita-berita seputar kriminalitas, olah raga dan seputar artis. Dari segi gaya bahasa, *Wawasan* pagi menggunakan istilah-istilah ”*jawa*” yang terkadang sering kita dengar di kehidupan keseharian seperti : *gobal-gabul*, *blusukan*, *osak-asik*. Penggunaan gaya bahasa “*slank*” ini lebih banyak ditemukan di edisi-edisi baru *Wawasan* pagi ini.

## Gambar 2.4

### Rubrik Gebyar dan Sportain *Wawasan* Pagi,

Edisi 10 Januari 2011 - 17 Januari 2011



Pada rubrik Gebyar yang notabene berisi berita seputar kehidupan artis dan gosip-gosip yang sedang hangat diperbincangkan juga tak luput dari pemberitaan *Wawasan* pagi, rubrik ini tetap dipertahankan oleh *Wawasan* pagi, tetapi ada perbedaan yang sangat mencolok yaitu penggunaan warna dalam rubrik ini yang lebih beragam dari edisi sebelumnya. Pada edisi sebelumnya, rubrik ini biasanya hanya terdapat kombinasi dua atau tiga warna dalam *layout* yang ditampilkan, tetapi pada edisi yang baru kita bisa melihat banyak warna-warni menghiasi rubrik ini, bahkan tulisan judul rubrik juga dibuat dengan fontase yang berwarna-warni. Penggunaan warna-warna mencolok juga terlihat dari *background* warna yang ada pada setiap berita atau artikel dalam rubrik ini. Ilustrasi gambar atau foto juga terpampang dengan ukuran yang lebih besar dari edisi sebelumnya. Dan tak lupa juga penggunaan gaya bahasa serta judul artikel yang terkadang nakal, menggoda dan vulgar juga bisa ditemukan dalam rubrik ini, sebagai contoh Artikel mengenai kelanjutan kasus video porno artis Cut Tari yang ditampilkan dengan foto sensual dan diberi judul “Capek Ahh..”

Pada rubrik *Sportain* juga hampir serupa dengan rubrik Gebyar, yang paling mencolok yang bisa dilihat dari rubrik *Sportain* ini adalah penggunaan ilustrasi gambar atau foto dengan ukuran yang besar di setiap artikelnya bahkan di beberapa edisi baru ini penggunaan ilustrasi gambar atau foto terkadang melewati batas halaman dan berlanjut ke halaman berikutnya. Seperti yang bisa kita lihat dari gambar di atas dengan judul artikel “Dilempar Botol”, dimana kita bisa melihat ilustrasi foto Jose Morinho dengan ukuran besar hampir 1 halaman surat kabar dengan sudut pengambilan gambar *extreme close-up*, isi berita atau artikel

yang ada disampingnya mempunyai ukuran yang lebih kecil atau sangat sedikit, dengan judul berita menggunakan fontase warna merah di cetak tebal dan dengan ukuran fontase yang cukup besar. Selain itu, menggunakan judul berita dengan kata-kata yang provokatif dan sedikit vulgar juga terdapat pada rubrik ini yang terkadang membuat pembaca penasaran karena judul yang ditampilkan sengaja dibuat agak “nyleneh”, “ambigu” dan agak kurang “nyambung” dengan isi berita yang ditampilkan. Sebagai contoh pada artikel berita yang berjudul “Tongkat Ajaib” (lihat gambar di atas).

**Gambar 2.5**  
**Rubrik Iki Piye dan Isi berita Wawasan Pagi,**  
**Edisi 10 Januari 2011 - 17 Januari 2011**



Pada edisi baru *Wawasan pagi* ini juga menampilkan rubrik baru yang yaitu rubrik “Iki Piye”. Pada rubrik khusus ini, *Wawasan pagi* cenderung menyajikan artikel-artikel yang berkaitan dengan permasalahan aktifitas seksual

dan dibuat dengan gaya *story telling* layaknya cerita pendek dari *life history* nara sumber berita dan disajikan dengan bahasa-bahasa yang sedikit “nakal” dan “mengumbar nafsu”, pengalaman-pengalaman selingkuh, aktifitas seksual dan lain sebagainya dituangkan dalam rubrik ini. Walaupun sudah ada rubrik Iki Piye yang bercerita seputar pengalaman kehidupan seksual, *Wawasan* pagi juga tetap menampilkan berita yang berkaitan dengan aktifitas sensual tetapi dikemas berbeda dari rubrik Iki Piye, yang juga ditampilkan pada halaman depan dibagian bawah yaitu berita mengenai aktifitas seksual yang disajikan dengan format reportase investigasi dan studi kasus yang terjadi di wilayah regional Jawa Tengah khususnya Semarang. Dalam *Wawasan* pagi yang baru ini isi berita lebih di dominasi berita-berita *infotainment* seperti gosip artis dan olah raga, khususnya sepak bola, selain itu juga terdapat banyak berita seputar kriminalitas dan berita-berita yang berbau “seks” atau seputar aktifitas seksual, dan sedikit sekali berita mengenai permasalahan ekonomi, politik maupun budaya dibandingkan dengan *Wawasan* edisi sebelum perubahan, dari tampilan tiga minggu edisi ini dapat dilihat, dibandingkan serta dijadikan sebagai indikator untuk mengetahui praktik tabloidisasi yang terjadi pada *Wawasan* pagi.

