

BAB IV

GAMBARAN UMUM

A. Kotamadya Surakarta

1. Nama

Surakarta, juga disebut Solo atau Sala, adalah kota yang terletak di provinsi Jawa Tengah, Indonesia yang berpenduduk 503.421 jiwa (2010) dan kepadatan penduduk 13.636/km². Kota dengan luas 44 km² ini berbatasan dengan Kabupaten Karanganyar dan Kabupaten Boyolali di sebelah utara, Kabupaten Karanganyar dan Kabupaten Sukoharjo di sebelah timur dan barat, dan Kabupaten Sukoharjo di sebelah selatan. Sisi timur kota ini dilewati sungai yang terabadikan dalam salah satu lagu keroncong, Bengawan Solo. Bersama dengan Yogyakarta, Solo merupakan pewaris Kerajaan Mataram yang dipecah pada tahun 1755.

Nama Surakarta digunakan dalam konteks formal, sedangkan nama Solo untuk konteks informal. Akhiran -karta merujuk pada kota, dan kota Surakarta masih memiliki hubungan sejarah yang erat dengan Kartasura. Nama Solo berasal dari nama desa Sala. Ketika Indonesia masih menganut Ejaan Repoeblik, nama kota ini juga ditulis Soerakarta. Nama "Surakarta" diberikan sebagai nama "wisuda" bagi pusat pemerintahan baru ini. Namun, sejumlah catatan lama menyebut bentuk antara "Salakarta".

2. Batas-Batas Administrasi

Kota Surakarta terletak di antara 110 45` 15" - 110 45` 35" Bujur Timur dan 70` 36" - 70` 56" Lintang Selatan dan berbatasan dengan Kabupaten Karanganyar dan Kabupaten Boyolali di sebelah utara, Kabupaten Karanganyar dan Kabupaten Sukoharjo di sebelah timur dan barat, dan Kabupaten Sukoharjo di sebelah selatan. Di masing-masing batas kota terdapat gapura keraton yang didirikan sekitar tahun 1931 – 1932 pada masa pemerintahan Pakubuwono X di Kasunanan Surakarta. Gapura Kraton didirikan sebagai pembatas sekaligus pintu gerbang masuk ibu kota Kerajaan Kasunanan (Kota Solo) dengan wilayah sekitar. Gapura Kraton tidak hanya didirikan di jalan penghubung, namun juga didirikan di pinggir sungai Bengawan Solo yang pada waktu itu menjadi dermaga dan tempat penyeberangan (di Mojo / Silir). Ukuran Gapura Kraton terdiri dari dua ukuran yaitu berukuran besar dan kecil.

Gapura Kraton ukuran besar didirikan di jalan besar. Gapura Kraton ukuran besar bisa dilihat di Grogol (selatan), Kerten, dan Jurug (timur). Sedangkan Gapura Kraton ukuran kecil bisa dilihat di daerah RS Kandang Sapi (utara), jalan arah Baki di Solo Baru (selatan), Makamhaji (barat), dan di Mojo / Silir. Gapura Kraton besar juga memiliki prasasti pendiri dan waktu pendirian gapura.

3. Pembagian Administratif

Kota Surakarta dan kabupaten-kabupaten di sekelilingnya, Karanganyar, Sukowati, Wonogiri, Sukoharjo, Klaten, Boyolali, secara kolektif masih sering disebut sebagai eks-Karesidenan Surakarta. Surakarta dibagi menjadi 5 kecamatan yang masing-masing dipimpin oleh seorang camat dan 51 kelurahan yang masing-masing dipimpin oleh seorang lurah. Kelima kecamatan di Surakarta adalah:

a. Kecamatan Pasar Kliwon terdiri dari 9 kelurahan

1. Kelurahan Kampung Baru
2. Kelurahan Kauman
3. Kelurahan Kedung Lumbu
4. Kelurahan Baluwarti
5. Kelurahan Gajahan
6. Kelurahan Joyosuran
7. Kelurahan Semanggi
8. Kelurahan Pasar Kliwon
9. Kelurahan Sangkrah

b. Kecamatan Jebres terdiri dari 11 kelurahan

1. Sudiroprajan
2. Gandekan
3. Sewu

4. Jagalan
5. Pucang Sawit
6. Jebres
7. Mojosongo
8. Tegalarjo
9. Purwadiningratan
10. Kepatihan Wetan
11. Kepatihan Kulon

c. **Kecamatan Banjarsari terdiri dari 13 kelurahan**

1. Timuran
2. Keprabon
3. Ketelan
4. Punggawan
5. Kestalan
6. Setabelan
7. Gilingan
8. Nusukan
9. Kadipiro
10. Banyuanyar
11. Sumber
12. Manahan
13. Mangkubumen

d. **Kecamatan Lawiyan/Laweyan terdiri dari 11 kelurahan**

1. Bumi
2. Jajar
3. Karangasem
4. Kerten
5. Lawiyan
6. Pajang
7. Panularen
8. Penumping
9. Purwosari
10. Sondakan
11. Sriwedari

e. **Kecamatan Serengan terdiri dari 7 kelurahan**

1. Danukusuman
2. Jayengan
3. Joyotakan
4. Kemlayan
5. Kratonan
6. Serengan
7. Tipes

B. Solopos

1. Sekilas Tentang Solopos

Kantor Solo Pos atau lebih dikenal sebagai Griya Solo Pos yang beralamat di jalan Adisucipto 190 Solo adalah salah satu media massa lokal yang ternama di kota Surakarta. Harian *SOLOPOS* hadir di Kota Solo bukannya tanpa alasan. Paling tidak *SOLOPOS* masuk ke Solo karena pertimbangan historis dan pertimbangan bisnis. Secara historis Solo mempunyai sejarah panjang dalam dunia pers. Lebih dari 100 surat kabar pernah lahir di Kota Solo. Di kota ini pula merupakan tempat lahirnya organisasi wartawan Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) pada 9 Februari 1946. Tanggal lahirnya PWI itulah akhirnya ditetapkan sebagai Hari Pers Nasional yang selalu diperingati tiap tahun.

Secara bisnis, Solo memiliki potensi luar biasa baik di bidang perdagangan, pendidikan, bidang pariwisata dan budaya. Solo juga disebut-sebut menjadi salah satu kawasan pertumbuhan ekonomi baru di Jawa Tengah dengan rencana pemerintah yang akan menjadikan Solo sebagai Kota Internasional dengan membangun jalan tol Joglosemar (Jogja-Solo-Semarang) dan menjadikan Bandara Adisumarmo sebagai Bandara Internasional. Jumlah penduduk yang mencapai sekitar 6 juta jiwa di wilayah eks-Karesidenan Surakarta menjadi potensi bisnis koran yang besar.

Sayangnya di kawasan ini tak ada sebuah media lokal yang bisa tumbuh, berkembang secara baik dan berkesinambungan. Beberapa investor

yang berusaha membangun usaha bisnis media di Kota Bengawan selalu gagal di tengah jalan. Sehingga muncul mitos Solo sebagai kuburan koran. Di tengah kuatnya mitos tersebut, pada 1997 *SOLOPOS* mencoba hadir di Kota Solo.

Berbekal pengalaman membangun Harian Ekonomi *Bisnis Indonesia* di Jakarta, para pendiri *SOLOPOS* memantapkan membangun bisnis koran kota Solo. Di tengah pesimisme para pengamat media mengenai keberlangsungan hidup koran ini, *SOLOPOS* mulai menancapkan diri sebagai pers lokal. Meski pada awalnya berat, pelan tapi pasti *SOLOPOS* mulai tumbuh seiring pertumbuhan dinamika masyarakat Surakarta. Dan kini *SOLOPOS* pun mampu bertahan memasuki usia 10 tahun.

Lantas apa saja yang membuat *SOLOPOS* eksis hingga saat ini? *Pertama*, kekuatan modal membuat *SOLOPOS* mampu bertahan dari terpaan krisis ekonomi. *Kedua*, prinsip-prinsip jurnalisme profesional yang secara tegas diberlakukan menjadikan *SOLOPOS* dipercaya masyarakat sebagai koran yang tidak bisa dibeli. Sanksi tegas bagi wartawan yang kedapatan menerima amplop (pemberian dari narasumber) menjadikan koran ini independen dan bebas dalam menyuarakan kebenaran. *Ketiga*, kepemimpinan yang kuat dan visioner telah membentuk budaya organisasi, etos kerja, dan disiplin tinggi di jajaran karyawan. *Keempat*, kendati tidak ada bukti ilmiah, faktor kerusuhan Mei 1998 tidak bisa dipungkiri menjadi “berkah” kesuksesan *SOLOPOS*.

Meski belum bisa disimpulkan bahwa *SOLOPOS* benar-benar mampu mematahkan mitos kuburan, karena hal ini masih akan diuji pada waktu-waktu mendatang. Namun harus diakui bahwa “perlawanan” *SOLOPOS* terhadap mitos bahwa Kota Solo merupakan kuburan koran setidaknya bisa dikatakan berhasil. Paling tidak, hingga usia ke-10 tahun, *SOLOPOS* bisa bertahan hidup, berkembang, dan menjadi besar.

Visi & Misi *SOLOPOS* :

Visi :

Penyaji informasi utama, terpercaya dengan pengelolaan usaha yang profesional

Misi :

1. Membentuk sumber daya manusia yang kompeten dan bermoral
2. Selalu menyajikan informasi yang berimbang, akurat dan unggul
3. Mensejahterakan *stakeholders SOLOPOS*

2. Jurnalisme dan Pers Profesional Solopos

Pers, merupakan medium penyiaran berita. Dalam perkembangannya, pers telah memiliki makna yang sangat luas, bukan sekadar medium, namun sudah menyangkut segala sesuatu yang berkaitan dengan penyiaran itu sendiri. Mulai

dari sumber daya manusia, institusi yang menaungi bahkan lebih luas dari itu, yakni meliputi sistem dalam proses penyiaran fakta menjadi berita.

Pers profesional adalah pers yang mempraktikkan jurnalisme sesuai dengan kaidah-kaidah yang berlaku di dalamnya, memaparkan kebenaran sebuah fakta, peristiwa atau kejadian seobyektif dan seakurat mungkin. Kebenaran itu dicapai melalui sebuah prosedur dan proses. Kebenaran yang diberitakan media dibentuk lapisan demi lapisan. Berita dibentuk hari demi hari, lapisan demi lapisan. Ibaratnya stalagmit, tetes demi tetes kebenaran sehingga membentuk stalagmit yang besar dengan memakan waktu yang tidak singkat. Karena itu sejak awal *SOLOPOS* bertekad menerapkan prinsip-prinsip jurnalisme secara baik dan benar. Tidak hanya soal sikap wartawan dalam menulis berita, tapi pola penulisan di Harian *SOLOPOS* pun dibuat seprofesional mungkin dengan membukukan standar gaya penulisan (buku *Gayane SOLOPOS*).

Buku ini merupakan pedoman untuk penyeragaman gaya penulisan di *SOLOPOS* berikut kaidah-kaidah dalam penulisan berita. *Gayane SOLOPOS* memuat pedoman penulisan sejak dari judul berita, teras berita, tubuh berita, cara memperoleh sumber hingga penulisan koreksi. Secara umum, dari berbagai pedoman penulisan itu, satu prinsip yang dipegang, bahwa *SOLOPOS* menerapkan prinsip kejujuran dalam penulisan berita. Tiga kata kunci, *accurate* (akurat), *balance* (berimbang), dan *clear* (bersih)— disingkat

ABC—merupakan prinsip kualitas berita di *SOLOPOS*. Hanya berita-berita yang memenuhi unsur ABC-lah yang akan lolos seleksi.

Dalam penulisan judul, *SOLOPOS* menerapkan prinsip haruslah ditulis semenarik mungkin sehingga pembaca terus bertahan membaca berita hingga akhir. Judul ditulis harus mencerminkan isi berita, tidak bombastis dan tidak manipulatif. Sebagai koran yang menjunjung tinggi kejujuran, *SOLOPOS* menerapkan standar tegas dalam penyebutan cara reporter (wartawan) dalam memperoleh berita. Apakah reporter menemui langsung narasumber, menghubungi narasumber melalui telepon, narasumber yang menghubungi reporter, atau memerolehnya melalui siaran pers atau konferensi pers. Wartawan *SOLOPOS* mesti menulis sumber itu secara jelas. Lantas bagaimana kalau *SOLOPOS* melakukan kesalahan penulisan berita? Sebagai media yang mengutamakan nilai kebenaran dalam penyampaian fakta, *SOLOPOS* akan bertindak fair dalam menyikapi kesalahan.

Kesalahan tidak pernah lepas dari manusia, meski sudah diupayakan seakurat mungkin dalam menurunkan tulisan. Hanya yang perlu ditekankan di sini, seperti diungkapkan tokoh bijak, bahwa jangan pernah terpikirkan di nurani Anda untuk berniat membuat kesalahan. Jika ini, mulai muncul di benak Anda, bunuhlan keinginan itu, atau mulailah bicara kepada kawan Anda tentang keganjilan itu. Jika ada kesalahan, pengelola *SOLOPOS* wajib segera mengoreksinya, meski itu berat dan sulit dilaksanakan. Sikap jujur perlu dijunjung tinggi demi kepercayaan pembaca. Agar bisa menulis secara

baik dan benar, independensi wartawan menjadi sesuatu yang penting. Wartawan *SOLOPOS* boleh mengemukakan pendapatnya dalam kolom opini tapi tidak sama sekali dalam berita. Wartawan *SOLOPOS* harus bersikap independen terhadap orang-orang yang mereka liput. Hal itu juga tercantum dalam Kode Etik Jurnalistik dalam BAB I bahwa wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang dan tidak beriktikad buruk. Independen berarti memberitakan peristiwa atau fakta sesuai dengan suara hati nurani tanpa campur tangan, paksaan dan intervensi dari pihak lain termasuk pemilik perusahaan pers. Berimbang, berarti semua pihak mendapat kesempatan setara. Sedang tidak beriktikad buruk mempunyai makna tidak ada niat secara sengaja dan semata-mata untuk menimbulkan pihak lain. Mengapa wartawan *SOLOPOS* harus profesional? Hal ini karena pers memiliki kekuatan untuk mempengaruhi public melalui informasi dan wartawan memiliki “hak istimewa” dalam menjalankan profesinya seperti hak untuk memperoleh akses informasi atau data dan hak tolak yang diatur dalam undang undang.

Terkait dengan hal itulah, *SOLOPOS* melaksanakan tugasnya sebagai pers yang profesional dan independen karena memegang teguh prinsip-prinsip jurnalisme. Untuk menjaga independensi wartawan dalam menulis berita, *SOLOPOS* menerapkan prinsip jurnalisme antiamplop. *SOLOPOS* melarang wartawan menerima pemberian dari pihak luar yang diketahui atau patut diduga ada hubungan dengan kedudukan atau jabatan sebagai wartawan.

Larangan menerima imbalan dari pihak luar ini dituangkan melalui Surat Edaran (SE) Pemimpin Redaksi No 05/01/SP/XII/ 98. Menurut SE itu, yang dimaksud pemberian itu adalah dalam bentuk uang (baik uang kontan maupun berbentuk rekening bank), barang ataupun fasilitas dan lain sebagainya, termasuk pemberian potongan harga atau komisi. Pemberian apapun dari narasumber harus ditolak pada kesempatan pertama. Jika situasi tidak memungkinkan menolak, wartawan *SOLOPOS* wajib menyerahkan pemberian tersebut kepada Sekretariat Redaksi (Sekred). Pihak Sekred atau kurir akan mengembalikan pemberian tersebut kepada si pemberi. Sebagai bentuk pertanggungjawaban pengembalian amplop, daftar pengembalian amplop ini akan diumumkan di koran. Pelanggaran terhadap peraturan antiamplop dianggap sebagai pelanggaran berat dan sanksinya pemutusan hubungan kerja (PHK).

Kebijakan ketat terhadap larangan menerima imbalan ternyata mendapatkan apresiasi positif, baik dari kalangan wartawan sendiri maupun dari pihak luar. Paling tidak wartawan *SOLOPOS* dikenal sebagai wartawan yang tidak bisa dibeli untuk memuat atau tidak memuat berita tertentu.

Tokoh pers Solo yang telah memimpin setidaknya tujuh penerbitan pers di Kota Bengawan ini, N Sakdani Darmopamudjo menyatakan bahwa sejauh yang diamati *SOLOPOS* selama ini telah bertindak sebagai pers profesional. “Wartawan jangan sampai menerima amplop telah dilakukan secara ketat oleh *SOLOPOS*. Dengan cara seperti itu akan menimbulkan

kepercayaan,” tegasnya. Kepercayaan itu, lanjut Sakdani, justru yang paling penting bagi pembaca. Dia melihat *SOLOPOS* bisa berkembang sampai sekarang karena salah satunya sikapnya yang antiamplop. Dengan tidak menerima amplop, wartawan akan bisa membuat berita secara seimbang. Kalau pemberitaan seimbang pasti kepercayaan akan tumbuh, berdampak pada tulisannya itu juga dipercaya. Selain melarang menerima imbalan, wartawan *SOLOPOS* juga tidak diperkenankan merangkap mencari iklan.

Kebijakan ini semata-mata untuk menjaga agar berita tidak terpengaruh oleh kepentingan si pemasang iklan. Di beberapa media wartawan merangkap menjadi penjual iklan. Di mata Sakdani, fenomena tersebut menunjukkan wartawan tidak profesional karena telah rancu menjalankan tugas jurnalistik. Kebijakan manajemen dalam menerapkan kaidah-kaidah jurnalisme secara ketat, benar dan keras telah membuat wartawan *SOLOPOS* memiliki rasa percaya diri, kehormatan dan martabat seorang pekerja profesional.

Komitmen antiamplop itu justru sangat membantu wartawan dalam melaksanakan tugasnya. Kebijakan lain yang diterapkan manajemen *SOLOPOS* dalam menjaga independensi wartawan ialah dengan selalu *me-rolling* (memindah) wartawan dari satu bagian (atau daerah) ke bagian atau daerah lain. Kebijakan ini untuk menghindari interaksi antara wartawan (reporter) dengan nara sumber yang terlalu dekat (akrab). Kedekatan wartawan dengan narasumber dalam waktu relatif lama dikhawatirkan akan

membahayakan obyektivitas wartawan dalam menulis berita. Oleh karena itu perlu adanya manajemen profesionalisme.

Beberapa kalangan (khususnya mereka yang menjadi pemerhati pers) menganggap Harian *SOLOPOS* sebagai sebuah koran daerah (lokal) telah berhasil berkembang dan mempertahankan diri sebagai industri pers daerah, di tengah-tengah gelombang besar revolusi multimedia di Indonesia bahkan dunia. Antoni (2004) dalam salah satu kesimpulannya mengenai koran lokal *SOLOPOS* menyebutkan bahwa faktor ekonomi dan politik yang berlangsung dalam pers industri merupakan salah satu variabel yang ikut menentukan kebijakan redaksional *SOLOPOS*.

Sebagai sebuah industri pers modern, sejauh ini *SOLOPOS* dinilai telah berhasil dalam merangkum kepentingan redaksional dengan kepentingan bisnis, sehingga diminati masyarakat khususnya di wilayah eks Karesidenan Surakarta khususnya. Ini artinya, peran koran lokal (media daerah) tetap dominan di tengah perubahan sistem komunikasi massa modern yang terus berkembang pesat akhir-akhir ini. *SOLOPOS*, sebagai salah satu bentuk media tradisional (koran), dibandingkan media baru multimedia pada kenyataannya tetap mampu bertahan dan berkembang.

Hal itu pula yang membuktikan bahwa media tradisional (cetak), pada dasarnya tetap bisa bertahan di tengah perkembangan beragam jenis media massa. Pertanyaannya adalah, mengapa sebuah media lokal mampu bertahan di tengah-tengah perkembangan media massa yang sangat beragam itu?

Dalam sebuah seminar hasil evaluasi Proyek Pengembangan Profesionalisme dan Manajemen Pers Daerah (1993-1996) yang dilakukan oleh Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerapan Ekonomi dan Sosial (LP3ES) disebutkan bahwa perkembangan ekonomi tempat media massa (koran daerah) berkiprah akan sangat menentukan peluang pertumbuhan pers di daerah yang bersangkutan.

Dalam rekomendasinya, seminar itu juga menyebutkan bahwa keberadaan pers dengan berbagai informasi yang disajikannya membuat masyarakat terangsang semakin maju. Keduanya bisa melahirkan spiral yang terus membesar dan saling mendorong untuk terus berkembang. Berangkat dari kenyataan ini, penerbitan pers daerah diharapkan mengetahui potensi perekonomian masyarakat tempat ia berkiprah untuk kemudian dipakai sebagai pedoman pengembangan media bersangkutan. Di sinilah pengelola penerbitan pers di daerah harus pandai memposisikan diri di tengah persaingan antarmedia yang semakin ketat, termasuk dalam merebut potensi iklan lokal yang sesungguhnya sangat besar. Sedangkan menyangkut manajemen (pers daerah), banyak ditentukan oleh latar belakang kepemilikannya.

Koran daerah yang tidak menjadi jaringan koran besar, biasanya belum punya pola manajemen baku, bahkan banyak di antaranya merupakan manajemen keluarga. Sedangkan koran daerah yang menjadi jaringan koran besar, biasanya meniru manajemen induknya. Di sini terkadang muncul

konflik, dan potensi ini membesar bila prospek bisnis koran daerah tersebut terlihat cerah. Masih kecilnya pemasukan dana dari iklan, kemampuan wartawan serta sulitnya penagihan piutang juga merupakan persoalan pelik yang dihadapi pers daerah.

Memperhatikan simpulan tersebut di atas, dengan kata lain bisa dikatakan bahwa sebuah koran daerah (lokal) bisa bertahan dan menjaga keberlangsungan penerbitannya manakala faktor-faktor seperti yang telah dikemukakan tadi mampu diatasi oleh manajemen pengelola koran yang bersangkutan. Namun, ada beberapa faktor pendukung lain yang secara teoritis keilmuan dianggap mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap berkembangnya media massa. Sesuai dengan ciri dan sifatnya, pers adalah bagian dari pembahasan paling penting dalam ilmu komunikasi massa. Perubahan pesat teknologi baru (di bidang komunikasi) telah menyebabkan dipertanyakannya kembali definisi komunikasi massa.

Definisi komunikasi massa yang sebelumnya sudah cukup jelas, yakni dibagi ke dalam tiga ciri: *pertama* diarahkan kepada audiens yang relatif besar, heterogen dan anonim, *kedua* pesan-pesan yang disebarkan secara umum, sering dijadwalkan untuk bisa mencapai sebanyak mungkin anggota audiens secara serempak dan sifatnya sementara, *ketiga* komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang membutuhkan biaya yang sangat tinggi. Dalam perkembangan paling mutakhir, media (massa) kemudian mempunyai lingkungan baru dengan ciri-

ciri *pertama*, teknologi yang digunakan. Jika dulu berbeda dan terpisah seperti percetakan dan penyiaran, sekarang ini bergabung. *Kedua*, keberlimpahan media yang tersedia di masyarakat, *ketiga*, terjadinya pergeseran dari mengarah kepuasan massa audiens kolektif menuju kepuasan grup atau individu dan terakhir adalah terjadinya pergeseran dari media satu arah kepada media interaktif.

Ciri-ciri seperti yang tersebut di atas, tentunya akan berkorelasi signifikan terhadap rasa puas audiens sehingga sebuah media massa masa kini tetap diminati pembacanya sekalipun sistem komunikasi (massa) telah berkembang secara revolusioner memunculkan media-media (massa) jenis baru yang sangat mempengaruhi perubahan besar dalam berbagai bidang. Dari data yang diperoleh dari Bagian Penelitian dan Pengembangan Harian *SOLOPOS* menunjukkan bahwa ketika Harian *SOLOPOS* terbit pertama kali pada tahun 1998, mampu merebut minat pembaca warga masyarakat di wilayah eks Karesidenan Surakarta khususnya, dan hingga tahun 2007 telah mampu berkembang dan bertahan dalam arti *SOLOPOS* sebagai sebuah industri media, sudah bisa dikatakan berhasil. Apa ukuran keberhasilan sebuah koran?

Jakob Oetama menyebut, surat kabar yang dapat hidup dari keberhasilannya sendiri akan lebih dapat melaksanakan tanggung jawab idealnya dan memelihara kebebasan yang diperlukan untuk dapat melaksanakan tanggung jawabnya secara memadai. Selain itu, kualitas pers

dihadapkan pula pada tantangan untuk terus memperbaiki diri. Itu berarti, perbaikan pertama-tama pada sumber daya manusia dan kemudian pada perangkat keras, yang kesemuanya memerlukan biaya. Biaya itu diperoleh dari hasil penjualan surat kabar, baik langganan, eceran maupun penjualan ruangan untuk iklan Jakob Oetama kemudian menyimpulkan, kemampuan ekonomi pers atau berkembangnya pers sebagai bisnis, mempunyai dua dimensi.

Pertama, dimensi intern ditinjau dari persoalan di dalam lembaga pers itu sendiri dan *kedua*, dimensi ekstern dilihat dari kaitan kemasyarakatan, terutama dalam bidang bisnis. Kata almarhum PK Ojong, seperti dikutip Jakob Oetama, “Perusahaan surat kabar tidak sama dengan perusahaan pengangkutan atau pabrik sepatu yang dapat diperjualbelikan begitu saja. Akan tetapi, surat kabar bukan perusahaan komersial melulu, ia juga bahkan terutama merupakan wadah idiiil”. Dalam kondisi seperti itulah, perusahaan penerbitan pers (profesional) umumnya mempunyai dua divisi (bidang) kerja yang saling dipisahkan dan tidak bisa dicampuradukkan.

Ibarat sebuah kapal dengan dua nakhoda, perusahaan penerbitan pers yang konsisten dalam menjaga fungsinya sebagai institusi ideal dan bisnis akan memiliki seorang Pemimpin Redaksi dan pemimpin (bidang) bisnis yang lebih mengelola bidang finansial. Seperti diketahui, dalam perjalannya pers di Indonesia yang berawal dari sebuah pers perjuangan, kini telah berkembang menjadi sebuah institusi ideal, profesional dan profit tanpa harus melepaskan

sisi perjuangan itu sendiri. Oleh karenanya, fungsi bisnis dalam sistem pembagian kerja dalam pers sangat penting.

Bagian perusahaan (bisnis) akan menyelenggarakan upaya pembiayaan agar institusi itu dapat berjalan sesuai dengan tujuan awal didirikannya lembaga pers tersebut. Bisnis biasanya meliputi bidang kerja sirkulasi koran, periklanan, promosi, keuangan, termasuk bagian personalia. Sedangkan bidang keredaksian, hanya akan mengurus soal-soal yang berkait dengan urusan pemberitaan. Biasanya, secara struktural akan terdiri dari dewan redaksi, Pemimpin Redaksi, redaktur pelaksana, redaktur serta para wartawan/reporter/koresponden/stringer. Danie H Soe'oed, salah seorang yang membidani lahirnya Harian *SOLOPOS*, menilai sejauh ini *SOLOPOS* sudah menjadi koran lokal yang dinilai berhasil. Masyarakat Surakarta sudah bisa menerima atau boleh dikatakan cocok dengan *SOLOPOS* sehingga koran ini cukup eksis. Mengapa koran ini bisa diterima masyarakat Solo dan sekitarnya?

Menurut Danie, secara umum karena standar bahasa Indonesia yang dipakai benar. Meski diakui ada beberapa idiom-idiom Jawa atau lokal, tapi itu dalam rubrik-rubrik tertentu. Tapi pada umumnya dalam rubrik-rubrik yang umum yang dipakai *SOLOPOS* menggunakan standar bahasa Indonesia yang benar. Danie mengakui *SOLOPOS* ini juga dibaca kalangan masyarakat bawah. Misi koran ini adalah mendidik pembaca tentang bahasa Indonesia yang baik dan benar. Tentang budaya setempat, *SOLOPOS* hanya

memberikan ruang secukupnya karena ini memang bukan koran budaya tapi koran umum sehingga pihaknya berusaha menyajikan semua yang dibutuhkan oleh masyarakat dari mulai sosial, politik, ekonomi, budaya dan sebagainya. Pada awal-awal *SOLOPOS*, muatan lokal yang bersifat kultural memang sangat kental, namun lama-lama masyarakat jenuh. Meski demikian *SOLOPOS* tetap menampilkan berita-berita seperti itu meski tidak secara mendalam karena tidak signifikan dengan oplah. Jadi kalau orang mengatakan bahwa *SOLOPOS* hanya sebatas berita di keraton, sebenarnya itu tidak benar. *SOLOPOS* berusaha untuk mendudukan semua persoalan secara porposional.

Di jajaran redaksi, rapat redaksi merupakan kekuasaan tertinggi. Di rapat ini diputuskan berita-berita yang akan dimuat. Meski demikian Pemimpin Redaksi punya hak untuk memveto suatu berita atas berbagai pertimbangan. Pertimbangannya bukan karena kepentingan pribadi atau kepentingan orang per orang, namun ada standar sudah ditetapkan. Seperti misalnya berita itu melanggar kepentingan umum, melanggar kesusilaan, dan pertimbangan lainnya.

SOLOPOS juga dinilai telah berhasil menggerakkan dinamisasi masyarakat Solo dan sekitarnya. Ini lantaran *SOLOPOS* selalu menampilkan berita-berita actual yang selalu dekat dengan masyarakat serta menarik bagi komunitas masyarakat Soloraya (Solo dan sekitarnya). Mengapa demikian? Karena tidak semua berita yang diinginkan masyarakat terakomodasi di media-media lainnya, khususnya media yang terbit di luar Solo.

3. Rubrik di Solopos

Berikut rubrikasi di koran Solopos:

Edisi Harian	Edisi Mingguan
Seksi I	Seksi I
Hal 1 : Galeri Utama	Hal 1 : Galeri Utama
Hal 2 : Umum	Hal 2 : Umum
Hal 3 : Jateng & DIY	Hal 3 : Kota Solo
Hal 4 : Gagasan	Hal 4 : Surakarta
Hal 5 : Internasional	Hal 5 : Salatigarya & Daerah
Hal 6-7 : Olahraga	Hal 6-7 : Olahraga
Hal 8 : Pos TV	Hal 8 : Pos TV
Hal 9-11 : Iklan Cesspleng	Hal 9-11 : Iklan Cesspleng
Hal 12 : Pergelaran	Hal 12 : Hiburan
Seksi II	Seksi II
Hal I : SOLORAYA	Hal I-II : Seluler
Hal II-III : Kota Solo	Hal III : Digital
Hal IV : Wonogiri	Hal IV : Keluarga
Hal V : Sukoharjo	Hal V : Griya
Hal VI : Klaten	Hal VI-VII : Dunia Anak

Hal VII : Boyolali	Hal VIII-IX : Gaul
Hal VIII : Sragen	Hal X : Jeda
Hal IX : Karanganyar	Hal XI : Hobi
Hal X : Pendidikan	Hal XII : Otomotif
Hal XI : Patroli	
Hal XII : Ekonomi Bisnis	

Seksi II edisi Salatiga

Hal I-II : Salatiga Raya
Hal III : Kota Solo
Hal IV : Wonogiri
Hal V : Sukoharjo
Hal VI : Klaten
Hal VII : Boyolali
Hal VIII : Sragen
Hal IX : Karanganyar
Hal X : Pendidikan
Hal XI : Patroli
Hal XII : Ekonomi dan bisnis

Berita tentang perpustakaan biasanya terletak di rubrik pendidikan dan rubrik daerah. Penulisan berita tentang perpustakaan seperti penulisan berita lain di koran Solopos, yaitu menggunakan prinsip *accurate* (akurat), *balance*

(berimbang), dan *clear* (bersih). Berita tentang perpustakaan yang diambil oleh peneliti adalah berita tentang perpustakaan dari kotamadya Surakarta saja baik itu di rubrik daerah maupun pendidikan.