

BAB II

GUIDELINE JAWA POS RADAR SEMARANG

2.1. Profil Jawa Pos Radar Semarang

Jawa Pos Radar Semarang merupakan sebuah perusahaan media cetak yang diterbitkan oleh perusahaan PT. Semarang Intermedia Pers. Resmi berdiri pada tanggal 1 April 2000 atas ide Dahlan Iskan selaku Chief Executive Officer (CEO) PT. Jawa Pos yang berada di kota Surabaya. Selanjutnya oleh Sukoto selaku General Manager (GM) pada saat itu mengawali untuk mendirikan Radar Semarang dengan dibantu beberapa staf administrasi dan staf redaksi untuk menyajikan suplemen berita bagi masyarakat yang berada di kota Semarang.

Pada awalnya, Radar Semarang terbit dengan 12 halaman lebih banyak dari surat kabar yang berada di Jawa Timur, namun karena adanya efisiensi tenaga kerja dan pengaruh oplah, maka pada bulan Juli 2002 jumlah halaman dikurangi menjadi empat halaman. Hal ini juga dipengaruhi oleh dibukanya Radar Kudus. Kini Radar Semarang terbit 12 halaman ditambah 4 halaman Radar Kedu yang hanya terbit di wilayah eks Karesidenan Kedu. Di masing-masing radar ini mempunyai nama halaman tersendiri. Seperti halaman pertama Semarang Utama, Politik & Pemerintahan, Ekbis & Lifestyle, Komunikasi Bisnis, Metropolis, Hukum & Kriminal, Salatiga-Ungaran, Demak-Kendal, Metro Pekalongan, Zetizen, dan

Sportainment. Sedangkan untuk Radar Kedu terdiri atas, Radar Kedu Utama, Wonosobo-Temanggung, Jateng-DIY, dan Metro Kedu.

Tujuan diterbitkannya Radar Semarang bukan semata-mata untuk memberikan nilai lebih pada pembaca Jawa Pos dengan menyajikan berita aktual, kritis tetapi juga memberikan pengetahuan umum bagi masyarakat Provinsi Jawa Tengah yang semakin padat. Adapun segmentasi pasar yang dituju oleh media ini adalah menengah ke atas. Hal ini terlihat dari muatan beritanya yang mampu merangkul semua kalangan dari level menengah hingga ke atas. Demikian pula dengan iklan-iklan yang ditampilkan disesuaikan dengan karakter serta level pembaca yang ada. Pemasaran Radar Semarang sendiri menitikberatkan Kota Semarang sebagai area pasar yang potensial sebagai Ibu Kota Provinsi Jawa Tengah.

Susunan Redaksi Jawa Pos Radar Semarang

Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab : H.Arif Riyanto

Redaktur Pelaksana/Koordinator Lapangan : Ida Nor Layla

Redaktur Senior : Iskandar

Redaktur : 1. Lis Retno Wibowo

2. Pratono

3. Muhammad Rizal Kurniawan

	4. Baskoro Septiadi
Staf Redaksi	: 1. Miftahul A'la
	2. M.Nur Wahidi
	3. Nurul Yoha
	4. Pratidina
	5. Adennyar Wicaksono
	6. Muhammad Hariyanto
	7. Joko Susanto
	8. Afiati Tsalatsati
	9. Sigit Andrianto
Fotografi	: 1. Adityo Dwi Riyantoto
	2. Nur Chamim
Salatiga	: Dhinar Sasongko
Kendal	: Budi Setyawan
Demak	: Wahib Pribadi
Kabupaten Semarang	: Eko Wahyu Budiyanto

Kabupaten Batang/Kabupaten Pekalongan : Taufik Hidayat

Kota Pekalongan : Lutfi Hanafi

Wonosobo : -

Kabupaten Magelang : Mukhtar Lutfi

Kota Magelang : 1. Puput Puspitasari

2. Agus Hadianto

Temanggung : Ahsan Fauzi

Grafis : 1. Sofian Hadi (Koordinator)

2. Djati Prasetyo

3. Dhani Apriyanto

4. Falakhudin

5. Reza Abdurahman Widjaya

Iklan : 1. Sugiyanto Wiyono (Manajer)

2. Tri Sutristyaningsih

3. M.Taufiq Rikhoyadi

4. Ima Chofidatul Imanah

	5. Syahrul Ramdhani
	6. Tri Waluyoningsih
Keuangan	: 1. Indah Fajarwati (Manajer)
	2. Ida Noor Afia
	3. Rizky Noraningtyas
	4. Slamet Riyadi
HRD dan Umum	: 1. Yuni Ekowati M (Manajer)
	2. Totok Sukamto
	3. Hariyadi
	4. Dodik
	5. Karman
	6. Pramono
Pemasaran	: 1. Bambang Krisnadi (Manajer)
	2. Wulan Wijayanti
	3. Arum Mawar Rista
IT dan Online	: Agus Purwahyudi

General Manager	: Iskandar
Direktur	: Baehaqi
Penerbit	: PT Semarang Intermedia Pers
Percetakan	: PT Nyata Grafika Surakarta

2.2. Guideline Jawa Pos Radar Semarang

Jawa Pos Radar Semarang sebagai perusahaan media cetak memiliki *guideline* tersendiri untuk menjadi pedoman bagi para wartawan, redaktur maupun pemimpin redaksi menjalankan praktik kerja jurnalistik selama proses produksi berita. Hal ini diakui oleh Ida Nur Layla, selaku Redaktur Pelaksana Jawa Pos Radar Semarang, dimana media cetak yang tergolong media tradisional ini mengikuti *guidance* dari Undang-Undang No 40 tahun 1999 tentang Pers. Redaktur pelaksana menjabarkan lebih lanjut bahwa UU Pers menjadi dasar *guideline* yang harus dipatuhi oleh para wartawan Jawa Pos Radar Semarang, mengingat di era globalisasi ini sedang marak penggunaan media sosial yang memiliki dasar sendiri yaitu Undang Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Redaktur menilai dua aturan ini memiliki dasar yang sangat berbeda. Peneliti kemudian akan menjabarkan lebih lanjut dasar atau aturan yang berlaku secara hukum untuk nantinya dapat melihat kontribusi yang didapatkan dari penggunaan media sosial oleh wartawan Jawa Pos Radar Semarang dalam pembuatan berita.

Dikutip dalam Kode Etik Jurnalistik, pada dasarnya kemerdekaan berpendapat, berekspresi, dan pers adalah hak asasi manusia yang dilindungi Pancasila, Undang-Undang Dasar 1945, dan Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia PBB. Kemerdekaan pers adalah sarana masyarakat untuk memperoleh informasi dan berkomunikasi, guna memenuhi kebutuhan hakiki dan meningkatkan kualitas kehidupan manusia. Dalam mewujudkan kemerdekaan pers itu, wartawan Indonesia juga menyadari adanya kepentingan bangsa, tanggung jawab sosial, keberagaman masyarakat, dan norma-norma agama. Dalam melaksanakan fungsi, hak, kewajiban dan peranannya, pers menghormati hak asasi setiap orang, karena itu pers dituntut profesional dan terbuka untuk dikontrol oleh masyarakat. Untuk menjamin kemerdekaan pers dan memenuhi hak publik untuk memperoleh informasi yang benar, wartawan Indonesia memerlukan landasan moral dan etika profesi sebagai pedoman operasional dalam menjaga kepercayaan publik dan menegakkan integritas serta profesionalisme. Dalam hal ini, Undang-Undang No 40 tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik memberikan keleluasan kepada pers dalam menjalankan praktik atau kegiatan jurnalistiknya. Jawa Pos Radar Semarang menerapkan keduanya untuk bersinergi dan menjadi dasar yang kuat bagi para jurnalis menjalankan tugasnya.

Namun perkembangan teknologi yang berdampak pada pesatnya penggunaan media sosial utamanya oleh para jurnalis atau wartawan ini cukup menjadi perdebatan mengingat Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik bisa rentan menimbulkan kriminalisasi pers jika tidak digunakan dengan baik dan benar. Dalam Dewan Pers (2013), Dewan Pers menilai UU ITE berpotensi mengancam kemerdekaan pers dan kebebasan berekspresi. Sejalan dengan pendapat Redaktur pelaksana, dalam Dewan Pers (2013:245) juga dijabarkan mengenai ancaman pada pasal 27 ayat (3) mengenai distribusi atau transmisi informasi atau dokumen elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik, dan ancaman lain datang dari Pasal 28 ayat (2) jika seseorang sengaja menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan. Orang yang melanggar pasal-pasal itu bisa dihukum penjara enam tahun dan atau denda Rp.1 miliar. Keberadaan pasal-pasal yang mengatur soal penyebaran kebencian dan penghinaan tersebut mengingatkan pada pasal haatzaai artikelendi KUHP, “pasal-pasal karet” produk kolonial, yang sebenarnya sudah tidak boleh diberlakukan berdasarkan keputusan Mahkamah Konstitusi. Dewan Pers (2013) menyebutkan bahwa dua pasal tersebut yang terkait dengan ancaman kebebasan berekspresi dan kebebasan pers sehingga dinilai sangat fundamental karena terkait dengan hak asasi, mengingat konsekuensi dari pelanggaran pasal tersebut akan dibawa ke jalur hukum.

Media sosial yang masih menimbulkan perdebatan ini telah masuk ke dalam praktik kerja Jawa Pos Radar Semarang yang berpedoman erat dengan UU Pers dan Kode Etik Jurnalistik. Dengan adanya kesenjangan dari dua peraturan tersebut kemudian lebih lanjut peneliti melakukan penelitian ini untuk melihat bagaimana sebenarnya kontribusi dari penggunaan media sosial yang dirasakan oleh wartawan Jawa Pos Radar Semarang dalam pembuatan berita.