

BAB II

GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

2.1 Sejarah Berdirinya Jawa Pos

Pendiri dan pemilik pertama surat kabar *Jawa Pos* adalah The Chung Sen atau Suseno Tejo, seorang WNI keturunan Tionghoa (Cina) pada tanggal 1 Juli 1949 dengan nama *Java Pos*. Pada saat itu perusahaan penerbitannya bernama PT Java Post Concern Ltd yang berlokasi di Jalan Kembang Jepun 166-169 Surabaya. Pada awal peredarannya, *Java Pos* terbit sebagai harian yang terbit pada pagi hari dengan berita-berita umum sebagai ciri utamanya. Karena pemilik modal dan pengelolanya berasal dari kalangan penduduk Tionghoa, *Java Pos* lebih dikenal sebagai harian Melayu-Tionghoa.

Java Pos terbit pertama kali dicetak di percetakan Agil di Jalan Kiai Mas Mansur Surabaya dengan oplah 1000 eksemplar sehari. Dalam perkembangan selanjutnya sejak April 1954 *Java Post* dicetak di percetakan De Vrije Press di Jalan Kaliasin 52 Surabaya. Antara tahun 1954-1957 oplah *Java Post* meningkat menjadi 4000 eksemplar per hari dan mengalami peningkatan lagi antara tahun 1958-1964 menjadi 10.000 eksemplar perhari. Pada tahun 1958, *Java Post* berubah nama menjadi *Djawa Post*.

Tahun 1950-an merupakan masa kejayaan *Djawa Post* sehingga pemilik *Djawa Pos* menerbitkan dua terbitan lagi selain *Djawa Post* yaitu *De vrije Pres* yang berbahasa Belanda dan *Hua Chian Shin Bun* yang berbahasa Tionghoa. Namun ketika terjadi perubahan suasana politik dimana Presiden Soekarno saat

itu sedang gencar-gencarnya menyerukan anti Belanda dan mendengungkan semangat nasionalisme menyebabkan harian *De Vrije Pres* yang berbahasa Belanda diganti menjadi *Indonesian Daily News* yang berbahasa Inggris.

Pada tahun 1965 *Djawa Post* berubah lagi menjadi *Jawa Pos* dan oplahnya kembali meningkat menjadi 20.000 eksemplar. Sedangkan surat kabar yang berbahasa Tionghoa tidak dapat terbit karena adanya pemberontakan G 30 S/PKI. Dan surat kabar *Indonesian Daily News* akhirnya dihentikan penerbitannya pada tahun 1981 karena mengalami kebangkrutan sehingga akhirnya hanya *Jawa Pos* yang tetap bertahan walaupun mengalami penurunan jumlah oplah hingga menjadi 10.000 eksemplar per hari. Penurunan ini sebagai semakin dirasakan hingga awal 1982. Pada saat itu *Jawa Pos* hanya sanggup mencetak 6700 eksemplar setiap harinya. Dari jumlah tersebut, 200 eksemplar beredar di Surabaya, di Malang hanya beredar 350 eksemplar sisanya diedarkan di kota-kota lainnya di Jawa Timur. Kemunduran ini disebabkan oleh sistem manajemen *Jawa Pos* yang sangat kacau, tiga orang anak The Dhung Sen yang diharapkan dapat melanjutkan usaha tidak satupun yang tinggal di Indonesia. Kemajuan teknologi percetakan juga semakin sulit diikuti oleh *Jawa Pos*. Rendahnya oplah yang diperoleh menyebabkan pendapatan sehingga The Chung Sen menerima tawaran untuk menjual mayoritas saham perusahaan kepada PT Grafiti Pers pada tanggal 16 April 1982. Sebelumnya pada tanggal 1 April 1982 pengelolaan *Jawa Pos* sudah diserahkan kepada pengelola majalah *Tempo* yang diwakili oleh Dahlan Iskan, sebagai pemimpin umum sekaligus pemimpin redaksi *Jawa Pos*. Pada saat itu Dahlan Iskan masih menjabat sebagai kepala biro majalah *Tempo* di Surabaya.

Sejak pergantian pemilik tersebut, perkembangan *Jawa Pos* yang saat ini menggunakan Surat Ijin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) No. 0669/SK/Menpen/SIUPP/A.7/1986 semakin membaik dan pada tahun 1992 oplah *Jawa Pos* telah mencapai 350.000 eksemplar per hari.

Jawa Pos ingin menjadi koran yang melakukan hal-hal baru untuk pertama kalinya di Indonesia, seperti tetap terbit setiap hari termasuk pada hari libur. Tujuannya agar pembaca tetap bisa dipenuhi kebutuhannya dan oplah *Jawa Pos* dapat terus didongkrak. Menurut Musium Rekor Indonesia (MURI), *Jawa Pos* merupakan surat kabar yang mengalami peningkatan jumlah oplah yang tercepat di Indonesia, ini dibandingkan ketika tahun 1981 yang oplahnya hanya mencapai angka sekitar 7000 eksemplar. Selain itu *Jawa Pos* juga merupakan surat kabar yang berukuran terkecil yang terbit di Indonesia pada saat ini yang hanya memiliki tujuh kolom berita, bandingkan dengan surat kabar lain yang terbit dengan sembilan kolom. Sebenarnya ini selain merupakan inovasi juga merupakan satu kiat yang cukup jitu dalam mensiasati krisis moneter berkepanjangan yang terjadi di Indonesia sejak Agustus 1997 sampai dengan sekarang yang menyebabkan lonjakan harga kertas yang sangat tajam.

Saat ini pasar *Jawa Pos* tidak hanya di Jawa Timur saja, tetapi sudah melebar ke propinsi lainnya terutama di Indonesia Timur. Berkat keuntungan yang didapat, *Jawa Pos* bisa melebarkan sayapnya dan memiliki banyak anak perusahaan. Beberapa media yang dikelola oleh *Jawa Pos* antara lain *Karya Dharma*, *Nyata*, *Kompetesi*, *Agrobis*, *Mentari Putra*, *Memorandum*, dan lain-lain. Hadirnya anak perusahaan tersebut mengatur pembagian kerja dalam

kebijaksanaan redaksional *Jawa Pos*. *Jawa Pos* digariskan untuk tidak menyiarkan berita kriminal dengan porsi berlebih karena sudah ada *Memorandum*, untuk informasi pedesaan harian *Karya Dharma* diterbitkan dengan tujuan segmen dipedesaan. Kemudian dibentuklah Jawa Pos News Work (JPNN) yang bertujuan agar media asuhan *Jawa Pos* tidak lagi kesulitan dalam mendapatkan berita. Ini juga merupakan langkah yang pertama di Indonesia.

Kebijaksanaan *Jawa Pos* saat ini tidak terlepas dari perkembangan kebijaksanaan *Jawa Pos* pada awal pendiriannya. Walaupun pendiri *Jawa Pos* seorang Tionghoa namun kebijakan dalam mengelola surat kabarnya tidak sama dengan surat kabar Melayu-Tionghoa lainnya. Harian Melayu Tionghoa saat itu di Surabaya antara lain: *Pewartar Soerabaja*, *Trompet Masyarakat dan Perdamaian*. *Pewartar Soerabaja* misalnya, sebagai koran dagang di Surabaya, harian tersebut dalam pemberitaannya masih berkiblat ke arah tanah leluhur mereka yaitu negeri Cina sehingga surat kabar tersebut lebih disukai oleh pembaca yang masih keturunan Cina. *Jawa Post* pada awal pendiriannya dianggap cenderung memihak kepada republik dan pemimpin redaksinya saat itu, Goh Tjang Hok, dikenal sebagai seorang republikan yang tak pernah goyah pendiriannya.

Kebijakan redaksional surat kabar *Jawa Pos* pada periode 1960-an hingga awal tahun 1980-an hanya sedikit mengalami perubahan meskipun situasi ekonomi dan politik Indonesia sempat berubah-ubah. Perubahan tersebut hanya terletak pada perubahan ejaan saja yang tampak jelas, ini diperkuat dengan catatan pihak redaksi pengelola saat ini yang menyatakan memang tak banyak ditemukan

perubahan-perubahan mendasar dari kebijaksanaan harian tersebut pada tahun-tahun awal dari perkembangan *Jawa Pos*.

Perubahan yang cukup mencolok baru dapat dilihat sejak manajemen *Jawa Pos* dikelola oleh pihak Grafiti Press. Perubahan ini juga terutama menyangkut kebijakan redaksionalnya. Dahlan Iskan sebagai pemimpin redaksi sejak awal April 1982 mempunyai ide untuk merubah gaya pemberitaan dari surat kabar tersebut. Sebuah berita menurut Dahlan Iskan tidak bisa dimunculkan secara telanjang saja, asal terpenuhi persyaratan beritanya saja. Ibaratkan seongkah Gunung Es yang muncul di permukaan dipagi hari itu hanya puncaknya saja padahal jauh di bawah air terdapat bongkahan es yang luar biasa besarnya. Bongkahan di bawah permukaan itulah yang menurut Dahlan Iskan harus disuguhkan kepada pembaca agar dengan demikian pembaca sendiri bisa memberikan penilaian bahan berita yang diperoleh akurat dan diolah secara lebih jeli dan padat. Kebijakan yang diambil Dahlan Iskan ini mulai dilaksanakan pada tanggal 5 April 1982, di mana kolom feature juga pertama kali dimunculkan pada halaman muka. Feature di pojok kanan bawah itu merupakan keyakinan sebuah teori jurnalistik yang baru. Berita bukan cuma disajikan apa adanya tetapi dengan penjabaran yang lebih mendalam. Dengan begitu *Jawa Pos* menawarkan kepada pembaca untuk mengetahui misteri di balik berita. Sama seperti seorang nahkoda yang memakai prisma meneropong bongkah es yang terbenam di bawah air.

Selain itu, *Jawa Pos* juga benar-benar memperhatikan prinsip proximity, yaitu kedekatan pembaca dengan surat kabar. Menurut Dahlan Iskan, ide koran

nasional saat ini sudah berakhir. Bahkan media yang saat ini disebut sebagai koran nasional sedang berproses ke koran daerah. Untuk itu *Jawa Pos* membuat kapling-kapling beberapa daerah. Misalnya, *Metropolis* untuk wilayah Surabaya, seputar Jawa Timur. Serta daerah lainnya. Artinya, *Jawa Pos* memperhatikan daerah lain disamping nasional. Hal ini sesuai dengan motto *Jawa Pos* “Koran Nasional Yang Terbit Dari Surabaya”.

Upaya redaksi *Jawa Pos* untuk memberikan banyak pilihan pada pembacanya juga dikarenakan keinginan pihak redaksi agar harian ini bukan hanya bacaan bagi kaum intelektual, melainkan juga dibaca oleh kalangan menengah ke bawah. Sehingga pendidikan ke berbagai macam arah dapat dilakukan, terutama menyadarkan masyarakat asas dapat Tut Wuri Handayani, terhadap pembangunan yang dilakukan pemerintah. Dengan demikian salah satu tuntutan masyarakat agar pers berperan atau berfungsi edukatif dapat terwujud dengan baik.

Jawa Pos dalam mendapatkan berita-berita nasional tidak mengalami kesulitan. Selain dari kantor berita Antara, dari 21 anak perusahaannya, dan juga dari JPNN/bank naskah, dimana semua berita yang masuk ke dalam JPNN bisa diambil oleh seluruh anak perusahaan *Jawa Pos*. Dari JPNN *Jawa Pos* bisa mengambil berita tentang kejadian di seluruh pelosok tanah air yang disampaikan oleh anak perusahaan *Jawa Pos* melalui JPNN. Misalnya untuk mengetahui kejadian di Pekanbaru maka dengan laporan dari *Riau Pos*, maka semua informasi yang ada disana dapat ditemukan.

Perkembangan *Jawa Pos* yang sangat pesat itu terbukti. *Jawa Pos* saat ini menjadi bapak angkat dari perusahaan-perusahaan lain. Perusahaan yang menjadi anak angkat PT Jawa Pos saat ini ada 42 anak perusahaan.

2.3 Deskripsi Iklan Jitu

Rubrik iklan jitu di Surat Kabar *Jawa Pos* adalah suatu rubrik khusus yang ditujukan bagi para pengiklan dan pencari informasi di manapun berada.

Rubrik ini pertama kali muncul pada tahun 1983, saat itu istilah iklan jitu dipakai ketika *Jawa pos* mulai banyak dikenal nasyarakat dan istilah jitu itu sendiri lebih populer di Surabaya dan daerah-daerah di Jawa Timur hingga sekarang.

Seiring dengan makin bertambahnya halaman pada surat kabar *Jawa Pos* yang semula hanya 12 halaman menjadi 16 halaman karena semakin banyaknya kebutuhan-kebutuhan yang harus dipenuhi terutama kebutuhan mengenai iklan (khususnya iklan jitu), saat ini surat kabar *Jawa Pos* menambah halamannya menjadi 24 halaman. Dengan penambahan halaman tersebut, bertambah pulalah kolom-kolom pada rubrik iklan jitu yang berbentuk iklan baris.

Rubrik iklan jitu ini terbagi dalam tiga kolom utama yaitu :

1. Kolom rumah tanah.

Kolom ini dibagi dalam empat wilayah yaitu Surabaya Barat, Selatan, Utara dan Timur, namun untuk memudahkan dalam pemasukan data, keempat wilayah tersebut penulis jadikan satu dalam wilayah Surabaya.

Dalam kolom ini terdapat beberapa kolom yaitu :

- a. Rumah dijual
- b. Rumah dikontrakkan
- c. Tanah dijual
- d. Lain-lain yang meliputi apartement, kost, gudang, ruko, tambak toko, gedung, dan villa baik yang dijual maupun yang disewakan.

2. Kolom mobil-motor

Kolom ini menawarkan berbagai macam merk mobil dan motor yang terbagi dalam:

- a. Mobil dijual
- b. Motor dijual

3. Aneka kebutuhan

Pada kolom ini menawarkan berbagai macam kebutuhan baik produk maupun jasa yang terbagi dalam berbagai kolom yang lebih kecil yaitu :

a. Biro Jasa

Iklan yang mencakup Biro Jasa ini menawarkan berbagai aneka jasa yaitu ahli paking perabot rumah tangga, spesialis anti/basmi rayap, pengurusan STNK, dan lain-lain.

b. Kartu Telepon

Kolom ini menawarkan produk kartu telepon seluler baik untuk nomor perdana maupun vougher, juga menyediakan kartu telepon yang lain.

c. Hand Phone

Iklan yang menawarkan bermacam-macam merk telepon seluler baik yang dijual maupun yang dicari.

d. Elektronik

Iklan ini menawarkan berbagai macam barang-barang elektronik kebutuhan rumah tangga maupun kantor baik yang dijual maupun yang dicari.

e. Disewakan

Iklan ini menyediakan tempat untuk persewaan Play Station dan VCD

f. Komputer

Menawarkan perlengkapan-perengkapan komputer mulai monitor, hard disk, printer dan lain-lain.

g. Servis

Menawarkan jasa servis yang kebanyakan merupakan barang-barang elektronik seperti TV, kulkas, AC, mesin cuci dan lain-lain.

h. Kendaraan Sewa

Menyewakan berbagai macam merk kendaraan bermotor roda empat

i. Tour/Wisata

Menawarkan tiket kapal laut, kereta api, pesawat dan paket wisata

j. Travel

Melayani carteran di berbagai kota seperti Surabaya, Denpasar PP, juga melayani paket wisata.

k. Busana

Jasa penerimaan bordir, gaun pesta dan lain-lain.

l. Kursus

Menawarkan berbagai macam kursus seperti les privat, lancar membaca, bimbingan belajar dan lain-lain.

m. Lowongan

Iklan ini khusus untuk pencari kerja yang dibutuhkan oleh perusahaan.

n. Perlengkapan Rumah

Menawarkan berbagai macam perlengkapan rumah seperti folding door, pagar, tralis, almari kaca, rolling door, dan lain-lain.

o. Makanan dan Minuman

Menerima pesanan tumpeng, nasi kuning kotak, macam-macam kue, katering dan lain-lain.

p. Sedot WC

Menawarkan jasa penyedotan WC

q. Mesin

Menawarkan mesin-mesin untuk alat-alat berat seperti genset, bubut, compresor dan lain-lain baik yang dijual maupun yang disewakan.

r. Musik

Menawarkan peralatan musik seperti piano, power mixer, efek gitar dan lain-lain.

s. Kehilangan

Informasi yang berkenaan dengan sesuatu yang hilang seperti STNK, SIM, BPKB, mobil/motor dan lain-lain.

t. Hewan

Menawarkan bermacam-macam hewan peliharaan seperti anjing, burung, ayam dan lain-lain.

u. Ucapan

v. Pengobatan

Menyediakan bermacam-macam obat dan jamu untuk berbagai penyakit.

w. Dicari

Mencari berbagai produk atau jasa seperti arloji tukang las dan lain-lain.

x. Lain-lain

Menawarkan berbagai macam produk atau jasa yang dijual maupun yang dicari.

Beberapa sarana yang digunakan oleh pengiklan untuk menyampaikan pesan melalui rubrik iklan jitu adalah :

– Melalui Telepon

Biasanya dilakukan oleh pemasang iklan yang tidak mau repot dan dapat dilayani oleh agen yang terdekat di masing-masing daerah dan langsung diorderkan ke *Jawa Pos*

– Melalui Faximili

Biasa digunakan pengiklan dengan cara pembayaran menggunakan kredit card dengan mencantumkan nomor card, validasi dan nama pemilik card.

– Datang Sendiri

Pemasang iklan bisa datang langsung ke agen-agen terdekat yang sudah ditunjuk oleh *Jawa Pos*.

Untuk memasang iklan melalui rubrik iklan jitu *Jawa Pos*, pengiklan dikenakan biaya yang bervariasi berdasarkan golongan. Adapun harga iklan baris saat ini adalah:

- Motor sebesar Rp 12.500 per baris
- Lowongan sebesar Rp 25.000 per baris
- Umum sebesar Rp 15.000 per baris

Ukuran satu baris iklan jitu adalah sama dengan tiga puluh enam karakter (form) dan pemasangan iklan dibatasi minimal dua baris dan maksimal sepuluh baris ditambah PPN 10%.