

BAB II

GAMBARAN UMUM SURAT KABAR HARIAN TRIBUN JOGJA

A. Sejarah dan Perkembangan SKH Tribun Jogja

Surat Kabar Harian(SKH) Tribun Jogja adalah salah satu surat kabar daerah yang dikelola oleh Kompas Gramedia. Kompas Gramedia didirikan oleh Petrus Kanisius Ojong dan Jakoeb Oetama pada tanggal 28 Juni 1965. Perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan di Indonesia yang bergerak dibidang media massa. Seiring berkembangnya waktu, Kompas Gramedia mampu menghasilkan berbagai macam surat kabar. Kompas Gramedia mempunyai dua jenis surat kabar berdasarkan dari isi beritanya, yaitu surat kabar Nasional dan surat kabar lokal. Surat kabar yang berbasis nasional adalah Kompas dan surat kabar yang berbasis lokal adalah Tribun Network dan Warta.

Tribun pertama kali muncul pada tahun 2003. Sebagai uji coba, Tribun pertama kali diterbitkan di Balikpapan, Kalimantan Timur, Tribun mendapat sambutan hangat dari masyarakat. Sambutan baik itu dimanfaatkan Tribun untuk memperluas jaringan. Pers daerah kemudian mengembangkan Tribun ke wilayah-wilayah yang ada di Indonesia.

Tribun Network merupakan Group of Newspaper Kompas Gramedia. Salah satunya adalah PT. Media Tribun Jogja yang mempunyai surat kabar bernama Tribun Jogja. Tribun Jogja merupakan salah satu anggota dari Tribun Network. Tribun Network memiliki surat kabar yang tersebar luas di 18 Provinsi di Indonesia,

yaitu Tribun Lampung (Lampung), Sriwijaya Pos (Palembang), Bangka Pos (Bangka Belitung), Tribun Jambi (Jambi), Tribun Pekanbaru (Riau), Tribun Batam (Batam), Serambi Indonesia (Aceh). Di pulau Jawa terdapat Tribun Jabar (Badung), Harian Surya (Surabaya), dan Tribun Jogja (Yogyakarta). di Kalimantan terdapat Banjarmasin Post (Kalimantan Selatan), Tribun Kaltim (Kalimantan Timur), dan Tribun Pontianak (Kalimantan Barat). Di Sulawesi yaitu Tribun Manado (Sulawesi Utara), dan yang terakhir adalah Nusa Tenggara Timur yaitu Pos Kupang (Kupang).

PT. Media Tribun Jogja hadir di kota pelajar Yogyakarta pada tahun 2010. Nama tribun itu sendiri dicetuskan pertama kali oleh para pemimpin Indopersda Primamedia yaitu induk Tribun di seluruh daerah. PT inilah yang mencetuskan nama Tribun dibawah naungan Kompas Gramedia. Filosofi nama Tribun diambil istilah lain dari panggung atau studio. Tribun selalu memberika pandangan lebih luas dan melihat ke semua arah, dimana Tribun bisa melihat segala sesuatu hal dengan jelas. Nama Tribun pertama kali digunakan pada tahun 2004 oleh Tribun Kaltim sedangkan Tribun Jogja merupakan unit pers daerah dengan urutan ke 11 yang memakai nama Tribun. Nama yang digunakan oleh Tribun Jogja bisa didefinisikan bahwa pembaca Surat Kabar Harian Tribun Jogja ditempatkan sebagai orang yang terhormat dan menyajikan berita secara lengkap.

Surat kabar harian Tribun Jogja sendiri terbit pada tanggal 11 April 2011 dengan edisi cetakan setebal 24 halaman. Koran harian yang beralamatkan di Jalan Sudirman No. 52 Yogyakarta ini terbit

setelah empat bulan cikal bakalnya bernama Tribun Jogja Online (TJ Online) eksis di dunia maya. Belum genap setahun terbit harian Tribun Jogja menerima medali perak (silver) penghargaan sebagai surat kabar harian dengan tata wajah terbaik seregional Jawa, Februari 2012. Penghargaan diraih pada ajang prestisius Indonesia Print Media Award (IPMA) dan Indonesia Inhouse Magazine 2012, di Ballroom Hotel Novita, Jambi, Selasa 7 Februari 2012.

PT. Media Tribun Jogja mampu mencetak surat kabar harian Tribun Jogja hingga 65.000 eksemplar setiap harinya dengan isi berita yang berkonsepkan Lifesyle . Pembagian isi berita terdiri dari berita lokal sebanyak 75 persen dan 25 persen untuk berita nasional dan internasional.

Pertama terbit Tribun Jogja hanya mempunyai tiras 32.000 eksemplar dan tujuh bulan berikutnya tiras Tribun Jogja sudah mencapai 65.000 eksemplar. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang telah dilakukan Tribun Jogja terbukti sangat efektif. Tiras yang semakin tinggi serta peningkatan jumlah pengiklan merupakan bukti nyata strategi promosi yang dilakukan Tribun Jogja sangat efektif.

Seiring perkembangan zaman Tribun semakin berkembang luas di berbagai daerah di Indonesia. Melihat fakta tersebut perlahan Tribun mulai merambah dunia elektronik. Tribun mulai menciptakan Tribun versi media elektronik yaitu, Tribunnews.com yang dikelola oleh PT Indopersda Primamedia. Perusahaan ini berpusat di Jakarta.

Tribunnews menyajikan berbagai macam berita yaitu, berita olahraga, lifestyle, berita nasional dan internasional.

Walaupun Tribun Jogja optimis untuk bisa bertahan di Yogyakarta, tetapi tidak bisa dipungkiri Tribun Jogja juga memiliki competitor atau pesaing yang sangat ketat dan telah eksis terlebih dahulu yaitu, mulai dari Koran nasional seperti Republika, SINDO, maupun Koran-koran lokal seperti Kedaulatan Rakyat, Bernas Jogja, Radar Jogja dan Harian Jogja.

Harga koran Tribun Jogja cukup terjangkau yaitu hanya dijual sebesar seribu rupiah. Hal ini membuat koran Tribun Jogja banyak dikenal oleh masyarakat sebagai koran yang cukup murah atau dikenal dengan koran seribuan. Ini dimaksudkan agar Tribun Jogja dapat dibaca oleh seluruh kalangan masyarakat serta bisa memenuhi kebutuhan masyarakat dari berbagai kalangan. Dengan harga yang cukup terjangkau masyarakat diberi pilihan jika ada yang murah dan lengkap, mengapa harus memilih dan membayar koran yang lebih mahal. Konsep inilah yang membuat Tribun Jogja berbeda dengan kompetitor koran lain.

B. Profil SKH Tribun Jogja

Surat Kabar Harian Tribun Jogja memiliki semboyan Spirit Baru DIY dan Jateng serta memiliki tampilan *headline* di masing-masing halaman disertai foto warna untuk menambah kenyamanan mata memandang sehingga Surat Kabar Harian ini memiliki daya tarik tersendiri. Pada halaman muka koran menyuguhkan berita-berita

teraktual berlingkup daerah atau lokal, disusul berita terkini nasional serta serta dibagian bawah disajikan kolom *features*. Hampir semua berita terkini di halaman muka disertakan dengan foto-foto pendukung lengkap dengan *caption*-nya. Halaman 2 ditemui rubrik *internasional*, disusul halaman 3 diisi rubrik Tribun Biz. Sedangkan halaman 4 disajikan *tribun-shopping* berisikan liputan mengenai belanja, perhiasan, serta ditampilkan asesoris berupa simbol-simbol cinta.

Tribun Jogja berusaha untuk memenuhi kepentingan masyarakat dengan cara menampung semua aspirasi serta memperhatikan kebutuhan informasi khalayak tanpa meninggalkan tujuan profit perusahaan serta mampu berkiprah untuk memenuhi kepentingan semua pihak dan sebagai media informasional yang mencerahkan. Tribun Jogja juga memberikan kesempatan kepada penulis warga untuk berpartisipasi pada rubrik *netizen journalism*. Di dalam rubrik ini semua warga yang bukan penulis profesional dapat ikut berpartisipasi menyumbangkan informasinya kepada masyarakat. Rubrik ini menjadi fasilitas agar lebih dekat dengan masyarakat.

Tribun Jogja terbit dengan 24 halaman dengan harga yang cukup terjangkau yaitu seribu rupiah. Dengan harga yang sangat terjangkau tersebut segmentasi Tribun Jogja adalah masyarakat dari segala lapisan masyarakat yang cenderung pada usia produktif yaitu anatar umur 24-45tahun. Hal ini yang menjadikan sasaran pengiklan untuk ingin selalu bekerja sama dengan Tribun Jogja.

Tribun Jogja telah menggunakan beberapa media untuk beriklan, mulai dari media cetak, media elektronik, media internet, media luar

ruangan maupun media *bellow the line* atau sering disebut dengan lini bawah. Tribun Jogja memiliki strategi khusus untuk untuk menjual korannya yaitu dengan harga yang sangat terjangkau sehingga konsumen dari segala lapisan masyarakat akan lebih mudah mendapatkan dan menikmati apa-apa saja yang dimuat dalam Surat Kabar Harian Tribun Jogja. Surat kabar yang berbasis daerah ini pun berusaha mencuri perhatian pembaca dengan *headline* dan grafis yang berbeda dibandingkan dengan koran lainnya. Pemilihan kata pada judul berhasil mencuri perhatian untuk membacanya. Selain itu pembuatan grafis sedemikian rupa sehingga mampu merangkai berita menjadi lebih menarik. Tribun Jogja bisa ditemukan dimana saja dan dibaca oleh siapa saja. Tribun Jogja menyajikan berita-berita yang *independent*, adil dan informasional serta menjelaskan bisnis yang beretika, efisien dan menguntungkan, Tribun Jogja berusaha menjadi pengaruh bagi masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dan Jawa Tengah.

Tribun Jogja memiliki tampilan sedikit berbeda dibandingkan dengan koran lain. Mulai dari isi *layout*, isi dan keragaman berita, bahkan dengan kemasan warna dan didukung dengan disain yang menarik membuat Tribun Jogja terlihat sangat berkualitas dan menjadi kompetitor bagi koran lain yang selama ini sudah eksis terlebih dahulu khususnya di Jogja seperti Radar Jogja, Kedaulatan Rakyat, Harian Jogja maupun Bernas.

Selain itu koran Tribun Jogja juga memiliki kelebihan lain yaitu memiliki beberapa portal dunia maya, antara lain *Epaper*,

tribunnews.com, digital newspaper dan iklanbaris.tribunjogja.com.

Sebuah keuntungan bagi para pengiklan beriklan di Tribun Jogja. Dalam hal ini iklan yang diiklankan di Tribun Jogja secara otomatis materi iklan tersebut akan diiklankan dan ditampilkan juga di portal dunia maya. Bagi pengiklan, pola ini menjadi efektif dan efisien karena tidak perlu lagi mengeluarkan biaya tambahan untuk mengiklankan di dunia maya.

Masyarakat Yogyakarta diberikan kemudahan untuk mengiklankan produk barang maupun jasa karena Tribun Jogja memberikan penawaran harga yang cukup terjangkau, hal ini dikarenakan Tribun Jogja hadir dengan memiliki peran khusus yang bertugas menampung dan membukakan ruang untuk mendapatkan pengiklan yang sebanyak-banyaknya. Hal inilah yang membuat Tribun Jogja optimis untuk bisa bertahan di tengah persaingan media cetak yang semakin ketat.

C. Visi dan Misi SKH Tribun jogja

Seperti perusahaan lain, Tribun Jogja juga memiliki visi dan misi yang menjadikan dasar dari pekerjaan yang akan dilakukan.

a. Visi

Visi Tribun Jogja yaitu menjadi kelompok usaha penerbit surat kabar, media *online* dan percetakan daerah terbesar di Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah.

b. Misi

Misi Surat Kabar Harian Tribun Jogja adalah untuk menciptakan informasi yang terpercaya untuk memberikan spirit baru dan mendorong terciptanya demokratisasi di daerah dengan menjalankan bisnis yang beretika, efisien dan menguntungkan serta harus berguna bagi perusahaan dan juga masyarakat.

D. Tag-line Tribun Jogja

Tribun Jogja memiliki *tag-line* “Spirit BARU DIY-JATENG” dengan cita-cita ingin mendampingi dan mengkritik pemerintah untuk mendorong terciptanya demokrasi di wilayah DIY dan Jawa Tengah.

E. Tipe Pembaca

Pada dasarnya target pembaca yang diinginkan Tribun Jogja adalah seluruh kalangan masyarakat. Namun ada juga kalangan khusus yang menjadi target pembaca yang diinginkan oleh Tribun Jogja yaitu para pebisnis dan usia produktif. Berikut segmentasi tipe pembaca yang telah ditentukan Tribun Jogja.

- a. Jenis Kelamin : 40% wanita dan 60% laki-laki
- b. Usia Pembaca : 24-45 tahun
- c. Pengeluaran Rumah Tangga : B1 – B2 – A

F. Struktur Organisasi PT. Media Tribun Jogja

Secara umum PT. Media Tribun Jogja memiliki lima divisi pokok untuk menjalankan sistem operasional sehari-hari. Divisi tersebut di bagi dalam dua divisi umum, yaitu Redaksi dan Bisnis dengan satu *publisher* atau Direktur Utama yaitu Herman Darmo, dengan penjelasan sebagai berikut:

Divisi Perusahaan Tribun Jogja

- a. Penerbit : PT. Media Tribun Jogja
- b. Komisaris Umum : Herman Darmo
- c. Direktur : Sentrijanto
- d. Pemimpin Perusahaan : Agus Nugroho
- e. Wakil Pemimpin Perusahaan : Rosa Darmasari
- f. Manajer Keuangan : Chandra Nurwaty
- g. Manajer PSDM/Umum : Maharani K Negara
- h. Manajer Percetakan : Supriono

Divisi Redaksi Tribun

- a. Pimpinan Redaksi : Sunarko
- b. Wakil Pimpinan Redaksi : Setya Krisna Sumargo
- c. Sekretaris Redaksi : Bernadtte Harminingrum A. D.
- d. Manajer Liputan : Junianto Setyadi
- e. Manajer Produksi : Musyafi
- f. Redaktur : Agus Wahyu T, Ibnu Taufik,
Juwarianto, Baskoro Muncur,
Oktora Veriawan, Sulistiono,
Iwan Ogan Apriansyah.
- g. Reporter : **Yogya** (Iwan Al Khasni, Gaya

Lutfiyanti, Theresia Andayani,
Rina Eviana D, Muchamad F,
Sigit Widya, Riezky Andhika
Pradana, Victor Mahrizal, Hendi
Kurniawan, Joko Widiarso).

Gunung Kidul (Agung
Ismianto).

Sleman (Mona Kriesdinar).

Kulon Progo (Hari Susmiyanti).

Surakarta (Ikrob Didik Irawan
dan Ade Rizal Avianto).

Magelang (M. Nur Huda).

Klaten (Obed Doni Ardianto).

Bantul (Bakti Buwono
Budiastyo).

Semarang (Pithut Ami Luhur).

Purwokerto (Hanan Wiyoko).

- h. Pewerta Foto : Bramastyo Adhy, Hasan Sakri,
Ghozali, Hendra
- i. Tata Wajah dan Grafis : Fajar Rachman Huda, Sambodo,
Afifudin, Bayu Rusbiyanto, Titus
Fajar Mahargianto, Yusuf Mateus
Dwi, Hartono.
- j. IT : Benny Ma'il, Izmail, Arif P,

G. Kantor Biro Tribun Jogja

Alamat Redaksi : Jalan Jendral Sudirman No. 52 Yogyakarta
Telepon dan faks : (0274) 564061
Email : tribunjogja@gmail.com
Website : www.tribunjogja.com
Alamat Percetakan : Jalan Ring Road Barat Km. 8, Trihanggo,
Sleman, Yogyakarta

H. Kategori Rubrik Tribun Jogja

Di dalam setiap surat kabar pasti memiliki sajian berita yang berbeda-beda, salah satunya penyajian berita dalam SKH Tribun Jogja. Tribun Jogja menyajikan teknik penyajian rubrik berita yang bermacam-macam. Berikut adalah rubrik-rubrik dalam Tribun Jogja:

Tabel 2.1 Tabel rubrik dalam Tribun Jogja

No.	Rubrik	Isi
1.	Halaman Muka Tribun Jogja (<i>Headline</i>)	Halaman ini berisi dengan berita-berita yang sedang terjadi atau hangat diperbincangkan baik secara nasional, lokal hingga internasional. Disajikan dengan gambar dan desain cover yang menarik hati pembaca.
2.	Rubrik Internasional	Rubrik ini berisi berita-berita yang terjadi di berbagai belahan dunia termasuk berita-berita tentang dalam negeri dimata dunia.

3.	Tribun Bizz	Rubrik ini menyajikan berita-berita terkait bisnis yang sedang berkembang atau teknologi terbaru baik dunia otomotif hingga elektronik.
4.	Tribun Shopping	Rubrik Shopping menyajikan artikel yang ada kaitannya dengan dunia belanja, fashion hingga tips gaya berbusana yang sedang <i>trend</i> .
5.	Rubrik <i>Hotline Public Services</i>	Sesuai dengan namanya, rubrik ini berisi pertanyaan ataupun keluhan dari masyarakat terkait dengan pelayanan publik baik pemerintahan ataupun swasta.
6.	Rubrik Magelang Square	Dalam rubrik ini ditampilkan berita-berita dari wilayah Magelang dan Jawa Tengah yang dikupas secara mendalam.
7.	Rubrik Tribun Jateng	Rubrik ini berisi kumpulan berita-berita tentang wilayah Jawa Tengah dan sekitarnya.
8.	Rubrik Seleb Lifestyle	Rubrik ini merupakan kumpulan berita-berita mengenai dunia selebritis, terkait kehidupan personalnya, baik selebritis nasional hingga internasional.
9.	Rubrik I-tribunners	Dalam rubrik ini ditampilkan komentar-komentar pembaca dari dunia maya mengenai sebuah berita atau isu yang sedang hangat diperbincangkan, seperti facebook dan twitter.

		Dalam Rubrik ini juga Kolom Citizen Journalism dimuat.
10.	Rubrik Malioboro Blitz	Rubrik ini berisi berita dari wilayah Yogyakarta baik pendidikan, politik, kriminal, maupun budaya, serta berita-berita seputar kawasan Malioboro yang dianggap sebagai jantung Kota Yogyakarta.
11.	Rubrik Superball	Rubrik ini lebih berisi pada berita-berita mengenai seputar dunia sepakbola dari internasional, nasional maupun regional.
12.	Rubrik Soccer Land	Rubrik ini lebih bersifat mengupas beberapa tokoh dunia olahraga dari dunia nasional maupun internasional.
13.	Rubrik Smart Women	Rubrik ini berisi tentang dunia karir atau kehidupan sosok wanita inspiratif yang bertujuan untuk menginspirasi dan menggerakkan wanita untuk maju dalam karir atau kesehariannya.
14.	Rubrik <i>Culinary Guide</i>	Rubrik ini berisi menu makanan atau minuman andalan dari sebuah kafe, resto yang ditujukan kepada pembaca Tribun Jogja.
15.	Rubrik Art and Culture	Rubrik ini berisi terkait berita-berita dalam dunia kesenian atau kebudayaan yang ada dengan ulasan yang ringan dan santai.
16.	Rubrik	Rubrik ini berkaitan tentang komunitas-

	Community Life	komunitas yang ada dan berkembang di Jogja.
17.	Rubrik Music Zone	Rubrik ini berisi mengenai berita-berita seputar perkembangan dunia musik lokal, nasional hingga internasional.
18.	Rubrik Teenage Life	Rubrik ini berisi tentang kehidupan dunia remaja khususnya untuk anak-anak Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Menengah Atas (SMA) baik itu tentang lembaga pendidikan dan lowongan kerja, hiburan, kegiatan dari seorang tokoh-tokoh remaja khususnya bagi remaja di Yogyakarta.
19.	Rubrik Home	Rubrik Home ini mrnampilkan artikel-artikel yang menyangkut hunian atau hotel hingga <i>design interior</i> di dalamnya.

Sumber : Penelitian Terdahulu, Priska Zahra "Pengaruh Intensitas Membaca SKH Tribun Jogja Terhadap Kepuasan Pembaca di Kota Yogyakarta" Atma Jaya 2012.