

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1. Sejarah Singkat Perusahaan**

Republika adalah koran nasional yang dilahirkan oleh kalangan komunitas Muslim bagi publik di Indonesia. Penerbitan tersebut merupakan puncak dari upaya panjang kalangan umat, khususnya para wartawan profesional muda yang telah menempuh berbagai langkah. Kehadiran Ikatan Cendekiawan Muslim se - Indonesia yang dapat menembus pembatasan ketat pemerintah untuk izin penerbitan saat itu memungkinkan upaya-upaya tersebut berbuah. Republika terbit perdana pada 4 Januari 1993.

Penerbitan Republika menjadi berkah bagi umat. Sebelum masa itu, aspirasi umat tidak mendapat tempat dalam wacana nasional. Kehadiran media ini bukan hanya memberi saluran bagi aspirasi tersebut, namun juga menumbuhkan *pluralisme* informasi di masyarakat. Karena itu kalangan umat antusias memberi dukungan, antara lain dengan membeli saham sebanyak satu lembar saham per orang. PT. Abdi Bangsa Tbk sebagai penerbit Republika pun menjadi perusahaan yang menjadi perusahaan public. (<http://www.republika.co.id/halaman/23>).

Kelahiran Republika tidak dapat dipisahkan dari kehadiran Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI). Republika lahir sebagai perwujudan salah satu program ICMI. Organisasi ICMI bukan sekedar perkumpulan

cendekiawan muslim tetapi juga sebagai perhimpunan kekuatan politik islam yang pada masa 70 dan 80-an banyak dipinggirkan oleh rezim Golkar dan militer.

Sejak berdiri, motto “bukan sekedar menjual berita” dipakai oleh Republika. Ideologi Republika adalah ideologi pemiliknya, PT Abdi Bangsa, yaitu Kebangsaan, Kerakyatan dan Keislaman. Republika banyak berupaya menyajikan Islam sebagai agama yang dapat memberi inspirasi terhadap kesadaran sosial selaras dengan aspirasi kontemporer seperti keterbukaan, *pluralisme*, kecanggihan dunia informasi (Hamad, 2004, p. 120). Terbit, Bertahan, dan Maju Dengan Kreatifitas.

Mengelola usaha penerbitan koran bukan perkara sederhana. Selain sarat dengan modal dan sarat SDM, bisnis inipun sarat teknologi. Keberhasilan Republika menapaki usia 15 tahun merupakan buah upaya keras manajemen dan seluruh awak pekerja di PT Abdi Bangsa Tbk yang dilakukan oleh perusahaan yang menerbitkan koran ini sejak 1993 untuk mengelola segala kerumitan itu.

Selain dituntut piawai berhitung, pengelola koran juga harus jeli, cerdas, dan kreatif bersiasat untuk tetap bertahan dan memenangkan persaingan. Sejak awal, Republika memang dekat dengan "sesuatu yang baru". Tatkala lahir, Republika mengebrak dengan tampilan "Desain Blok" yang tak lazim. Republika pun mampu menyabet gelar juara pertama Lomba Perwajahan Media Cetak 1993.

Tahun 1995, Republika membuka situs web di internet. Republika menjadi yang pertama mengoperasikan Sistem Cetak Jarak Jauh ( SCJJ ) pada tahun 1997. Pendekatan juga dilakukan kepada komunitas pembaca lokal. Republika menjadi salah satu koran pertama yang menerbitkan halaman khusus daerah. Selalu dekat

dengan publik pembaca adalah komitmen Republika untuk maju. Republika tercatat sebagai perusahaan penerbitan pers (koran) pertama yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta (Listed) tahun 2001.

Mulai tahun 2004, Republika dikelola oleh PT Republika Media Mandiri (RMM ). Sementara PT Abdi Bangsa naik menjadi perusahaan induk ( Holding Company ). Di bawah PT RMM, Republika terus melakukan inovasi penyajian. Segala kreativitas dicurahkan untuk sedapat mungkin membuat Republika dan meladeni keinginan publik. Dan saat ini RMM berada di bawah bendera Mahaka Media, kelompok ini juga menerbitkan majalah Golf Digest, koran berbahasa mandarin Harian Indonesia, majalah Parents, majalah a+, radio Jak FM, dan JakTV. Mahaka Media juga melakukan kolaborasi dengan kelompok radio Prambors, terutama radio Female dan Delta. Perbedaan gaya bahasa sebelumnya menambah ruang bisnis dan independensi Republika menjadi lebih kuat. Karena itu secara bisnis koran ini terus berkembang menjadi makin profesional dan matang sebagai koran nasional untuk komunitas muslim.

Beberapa terobosan-terobosan yang dilakukan oleh koran Republika dari segi isi yaitu kerjasama Republika dengan The New York Times (AS) dan Berita Harian (Malaysia). Kolaborasi Republika dengan dua koran asing itu menunjukkan inovasi koran ini terhadap gagasan-gagasan di luar arus sebagai surat kabar komunitas muslim. Selain itu dari sisi Lay Out Republika juga terus melakukan perubahan-perubahan, yang hasilnya pada tahun 2009 memperoleh *The Best Newspaper Front Pages Design Asia Media Award* dari Asosiasi Surat Kabar Dunia pada WAN-IFRA ke 8.

## **Visi dan Misi Republika**

### **Visi :**

Menjadikan harian umum Republika sebagai koran umat yang terpercaya dan mengedepankan nilai-nilai universal yang sejuk, toleran, damai, cerdas, dan profesional, namun mempunyai prinsip dalam keterlibatannya menjaga persatuan bangsa dan kepentingan umat Islam yang berdasarkan pemahaman Rahmatan Lil Alamin yaitu Rahmat bagi semua makhluk didunia.

### **Misi :**

- Menciptakan dan menghidupkan sistem manajemen yang efisien dan efektif, serta mampu dipertanggungjawabkan secara profesional.
- Menciptakan budaya kerja yang sehat dan transparan.
- Meningkatkan kinerja dengan menciptakan sistem manajemen yang kondusif dan profesional.
- Meningkatkan penjualan iklan dan koran, sementara menekan biaya operasional (antara lain dengan memiliki mesin cetak).
- Memprioritaskan pengembangan pemasaran surat kabar Republika di jabodetabek, tanpa harus mematikan di daerah yang sudah ada.
- Merajut tali persaudaraan dengan organisasi-organisasi Islam di Indonesia

## **Republika dan Islam**

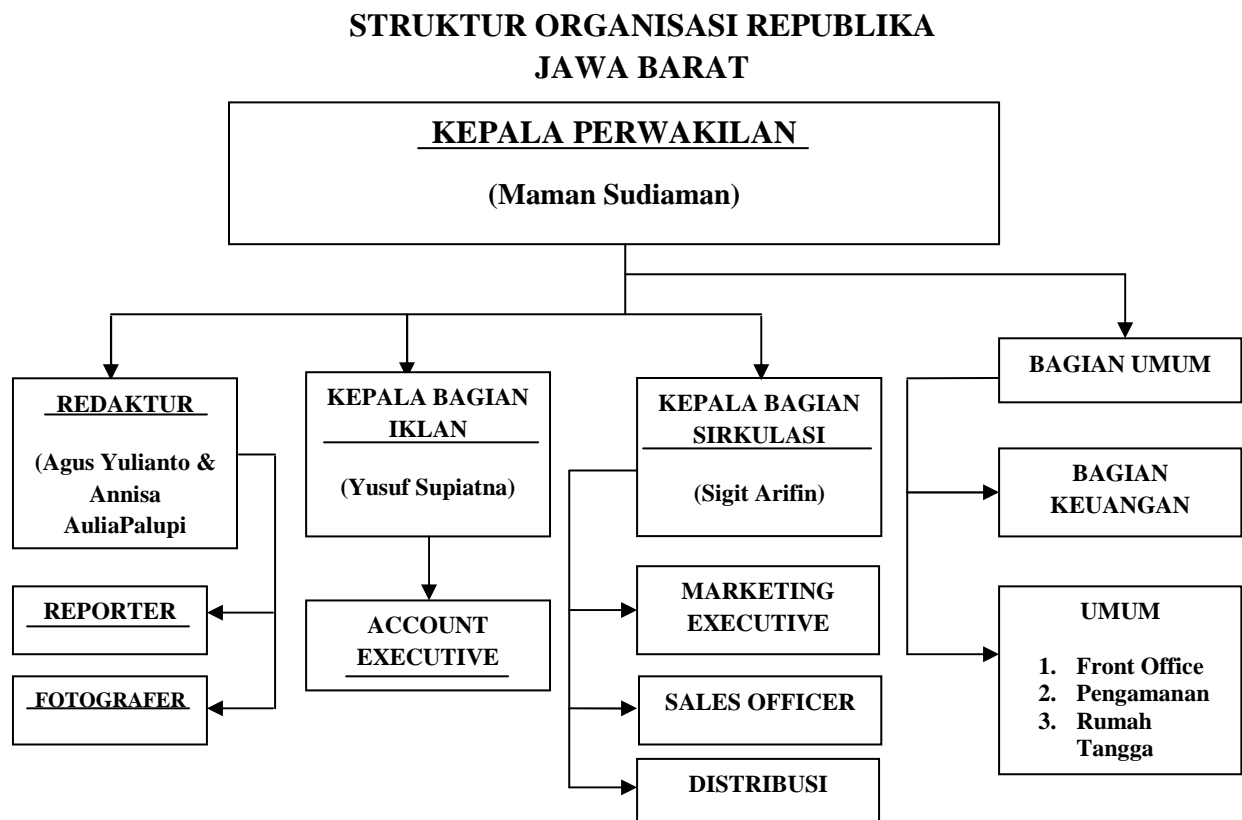
Republika menampilkan Islam sebagai satu kesatuan. Bingkai Republika yang menonjolkan aspek agama karena harian ini mengusung ideologi keislaman. Harian Republika memilih bermain "aman" dengan menghindari sesuatu yang

kontraproduktif. Karena ideologinya berencana merangkul semua kelompok Islam, Republika tidak membedakan Islam radikal-konservatif, moderat dan liberal

### Logo Baru Republika

H A R I A N  
**REPUBLIKA**

## 2.2. Struktur Organisasi



**Gambar 2.1**  
**Struktur Organisasi Republika Jawa barat**

Sumber : Data internal Republika Perwakilan Jawa Barat

### 2.3. Deskripsi Jabatan

#### 1. Kepala Perwakilan

Bertanggung jawab atas berjalannya kinerja perusahaan, baik bisnis dan redaksional di perwakilan.

#### 2. Redaktur

Bertanggung jawab mengedit berita yang masuk dari reporter untuk disajikan dalam Koran, serta bertanggung jawab atas isi berita.

- Reporter dan Photographer

Bertugas meliput berita-berita yang sedang terjadi.

#### 3. Kepala Bagian Iklan

Bertanggung jawab dalam perolehan penghasilan dalam hal ini iklan.

- Account Executive

Bertugas mencari iklan sebagai penghasilan utama dalam dunia media massa.

#### 4. Kepala Bagian Sirkulasi

Bertanggung jawab dalam peredaran Koran, pelayanan pembaca serta meningkatkan oplah dan pembaca.

- Marketing Executive

Bertugas menjaga hubungan baik dengan jaringan yang sudah ada serta membuka jaringan baru.

- Sales Officer

Bertugas menjaga hubungan baik dengan jaringan, mendistribusikan koran relasi serta meningkatkan oplah dan pelanggan.

- Distribusi

Bertugas mendistribusikan koran dari percetakan ke titik-titik distribusi, yaitu agen/klien.

## **5. Bagian Keuangan**

Mengatur jalannya keuangan operasional serta bertanggung jawab atas penagihan klien/relasi/jaringan distribusi.

## **6. UMUM**

- Front Office
- Pengamanan (Security)
- Rumah Tangga

### **2.4. Aspek Kegiatan Perusahaan**

#### **1. Produksi**

PT. Republika Media Mandiri melakukan kegiatan produksi percetakan mulai dari mencetak surat kabar, yaitu koran, majalah dan tabloid. Kegiatan produksi dilakukan di PT. Republika Media Mandiri pusat yang berada di Jakarta untuk selanjutnya didistribusikan kepada perusahaan perwakilan yang ada di beberapa daerah.

#### **2. Sirkulasi**

Sirkulasi merupakan kegiatan peredaran jumlah koran (oplah) yang dilakukan perusahaan-perusahaan percetakan seperti halnya PT. Republika Media Mandiri Perwakilan Jawa Barat, sirkulasi dimulai dari datangnya

koran dari pusat yang kemudian dikirim ke Bandung tepatnya di daerah Cikapundung yang biasa disebut Bursa Koran karena disana merupakan tempat berkumpulnya koran-koran lokal maupun nasional sebelum didistribusikan kepada para agen di daerah Bandung dan Jawa barat untuk selanjutnya dijual kepada konsumen.

### **3. Pengembangan Agen**

Kegiatan pengembangan agen dilakukan oleh PT. Republika Media Mandiri Perwakilan Jawa Barat terhadap para agennya, hal ini dilakukan sebagai upaya untuk memberikan penyuluhan-penyuluhan kepada para agen mengenai bagaimana cara untuk melakukan pendistribusian koran secara baik, meningkatkan penjualan koran, menerima keluhan-keluhan para agen dan memberikan penyuluhan terhadap agen yang nakal atau curang sehingga kegiatan para agen dapat terkontrol oleh perusahaan.

### **4. Penagihan**

PT. Republika Media Mandiri melakukan kegiatan penagihan yang dilakukan setiap tanggal 10 setiap bulannya, penagihan biasa dilakukan melalui telephone oleh unit penagihan dan para agen bisa melakukan pembayaran melalui rekening bank, penagihan juga ada yang dilakukan secara langsung mendatangi agen Republika hal ini biasanya dilakukan terhadap agen yang nakal atau curang dalam melakukan pembayaran, dengan penagihan yang dilakukan secara langsung ini pihak PT. Republika Media Mandiri Perwakilan Jawa Barat sekaligus memberikan penyuluhan terhadap agen tersebut agar agen tidak mengulangi hal tersebut.



## **5. Kegiatan Sosial**

PT. Republika Media Mandiri Perwakilan Jawa Barat tidak hanya sekedar menjual koran saja. Namun, banyak kegiatan-kegiatan sosial, kegiatan amal dan juga pameran, hal ini sebagai bentuk kepedulian dan rasa terima kasih PT. Republika Media Mandiri kepada masyarakat luas karena dengan dukungan dan penerimaan masyarakat khususnya pelanggan maka koran Republika dapat tetap eksis di tengah ketatnya persaingan. Kegiatan-kegiatan tersebut antara lain:

- a) Kampanye Lingkungan dengan mengadakan lomba kebersihan
- b) Kegiatan pendidikan, seperti memberikan try out, beasiswa, dan pelatihan untuk para guru.
- c) Kegiatan Religi, seperti Dzikir akhir tahun, buka puasa bersama, muasabah akhir tahun.
- d) Kegiatan Pameran
- e) Kegiatan Seminar dan Pelatihan