

BAB II

GAMBARAN UMUM PT. RIAU POS INTERMEDIA PEKANBARU

A. Sejarah Berdirinya PT Riau Pos Intermedia

PT Riau Pos Intermedia atau PT Riau Pos adalah perusahaan yang bergerak di bidang usaha penerbitan dengan produk andalan yang menjadi kebanggaan masyarakat Riau, Harian Pagi Riau Pos. PT Riau Pos terbit pertama kali pada tanggal 18 Januari 1991 digedung percetakan milik Pemda Riau di Jalan Kuantan Raya Pekanbaru. Edisi pertama bertepatan dengan meletusnya perang Teluk 1 dengan sub judul "*George Bust yakin tekan gagal, Sadam janjikan kemenangan*" dengan delapan halaman.

Sebelum Riau Pos terbit sebagai surat kabar harian, surat kabar Riau Pos adalah sebuah Koran Mingguan. Pertama kali terbit tahun 1989, penerbitnya adalah Yayasan Penerbit dan Percetakan Riau Makmur yang didirikan dengan akte notaris Syawal Sultan. Dalam sejarah perkembangan Riau Pos adalah kelanjutan dari surat kabar mingguan Warta Karya yang diketuai oleh H. Imam Munandar, Gubernur Riau waktu itu. Setelah bertahan beberapa bulan, akhirnya Warta Karya berhenti penerbitan.

Akhirnya Warta Karya diganti dengan Riau Pos yang lebih komersial dan pimpinannya juga diganti. Dalam tempo yang singkat, surat izin untuk usaha percetakan yang disebut dengan SIUUP sudah keluar dan Riau Pos terbit. Tak lama kemudian perusahaan yang semula di Jalan Kuantan Raya dipindahkan di Jalan Imam Bonjol. Namun tak berapa lama kemudian hasilnya

juga kurang baik sehingga terbit hanya beberapa edisi dan Riau Pos berhenti kembali penerbitannya.

Dalam kondisi yang sangat sulit, karena harus membayar gaji sejumlah karyawan yang ada sementara penerbitan surat kabar tersendat-sendat maka ada tawaran kerjasama dari kelompok penerbit Jawa Pos yang berpusat di Surabaya. Tanggal 21 Juni 1990, MOU dengan penerbit Jawa Pos ditandatangani di depan notaris Syawal Sultan. Dari kesepakatan tersebut Riau Pos kembali terbit di bumi Lancang Kuning.

Riau Pos pertama kali terbit dimulai dengan penjualan 2.500 eksemplar/hari pada tahun 1991, pada 1992 penjualan sebanyak 7.500 eksemplar/hari dan terus menerus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun lengsernya Presiden Soeharto, penjualan mengalami peningkatan yang tinggi menembus batas 50.000 eksemplar/hari. Sekarang oplahnya sudah mencapai 65.350 eksemplar/hari.

Penyebaran Koran Riau Pos semakin melebar, tahun pertama Riau Pos hanya berkonsentrasi pada pasar Kota Pekanbaru dan sekitarnya saja. Maka pada tahun ke empat Riau Pos sudah mulai menjangkau daerah-daerah di Kabupaten lainnya di Riau, seperti Kabupaten Kampar, Indragiri Hilir, Indragiri Hulu, Dumai, Batam, dan Tanjung Pinang.

Keberhasilan Riau Pos menembus penjualan 50.000 eksemplar pada edisi 22 Mei 1998 juga merupakan peristiwa yang sangat penting, sebab dengan penjualan tersebut Riau Pos tercatat sebagai Koran daerah pertama di kelompok Jawa Pos Media Grup yang melewati penjualan tersebut.

Usai memasuki pasar Batam dan Tanjung Pinang, Koran Riau Pos harus dikirim dari Pekanbaru. Terkadang Koran sampai jam 10.00 WIB di Batam dan Tanjung Pinang dan baru diedarkan sekitar jam 16.00 WIB. Terkadang Koran juga tidak terangkut karena pesawat Pekanbaru-Batam penuh, sementara potensi pasar kedua daerah tersebut sangat besar. Kawasan Batam dan Tanjung Pinang merupakan salah satu pusat pertumbuhan dan sering melakukan kerjasama dengan Singapura, Johor, dan Riau yang disingkat dengan SEJORI. Diprediksikan penduduk di kawasan itu akan mencapai dua juta jiwa sedangkan peran ekonomi sangat besar dan sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Untuk bersaing dengan media lain yang berada di Singapura dan Tanjung Pinang yang lebih cepat dibandingkan laporan Riau Pos, maka Rida K Liamsi selaku pimpinan Riau Pos mengusulkan kepada Dahlan Iskan untuk mendirikan sebuah percetakan disalah satu kota tersebut dengan Sistem Cetak Jarak Jauh (SCJJ). Maka Dahlan Iskan menyetujui dan didirikanlah SCJJ di Kota Tanjung Pinang pada tahun 1995. Dengan demikian, Koran Riau Pos bisa diedarkan lebih cepat dibandingkan dengan Koran lainnya yang berada di kota tersebut.

Koran Riau Pos diedarkan pada jam 05.00 pagi untuk daerah Tanjung Pinang dan jam 07.00 pagi untuk wilayah Batam. Berkat kerjasama antara Jawa Pos Media Grup dengan Riau Pos, maka Riau Pos berhasil mewujudkan impiannya untuk menjadi surat kabar yang pertama melakukan Sistem Cetak Jarak Jauh (SCJJ). Dampak Sistem Cetak Jarak Jauh (SCJJ) bagi perusahaan

Riau Pos sangat terasa, sebelumnya yang beredar di Batam dan Bintan sekitar 3.000 eksemplar perhari, maka dalam waktu satu tahun penjualan sudah melewati 10.000 eksemplar per hari.

Setelah melakukan uji coba selama satu tahun, ternyata Tanjung Pinang tidak pas untuk Sistem Cetak Jarak Jauh (SCJJ), hal ini dikarenakan Kota Tanjung Pinang tingkat perekonomiannya sangat lambat dibandingkan Kota Batam. Pada tahun 1997, mesin cetak Sistem Cetak Jarak Jauh (SCJJ) dipindahkan di Kota Batam.

Di Kota Batam, Koran Riau Pos terus mengalami peningkatan, maka Rida K Liamsi selaku pimpinan perusahaan mengusulkan untuk menerbitkan Koran sendiri di Kota Batam dengan Visi, Misi, dan isi yang hampir sama dengan Koran Riau Pos. Pada tanggal 10 Agustus 1998, Koran untuk kawasan Batam diberi nama SIJORI.

Selain mencapai penjualan yang sangat baik, juga meraih prestasi lain terutama dalam mengelola manajemen dan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM). Dijajaran Jawa Pos Grup, Riau Pos merupakan salah satu anak perusahaan yang meraih prestasi yang paling tinggi. Setelah sekian tahun, akhirnya Riau Pos diresmikan pada tanggal 5 Maret 1997 oleh Gubernur Riau Soeripto dan Dahlan Iskan.

Gold Winner IPMA 2011 diterbitkan pertama kali pada tanggal 18 Januari 1991, Riau Pos terus berjuang menguasai pasar di tengah persaingan ketat dari koran-koran yang berasal dari Sumatera Utara, Sumatera Barat, dan Koran Nasional dari Jakarta yang telah lebih dahulu eksis. Hingga saat ini,

Riau Pos telah meraih berbagai penghargaan bergengsi, terakhir adalah *Gold Winner* pada ajang pemilihan media terbaik se-Indonesia yang ditaja oleh *Indonesia Print Media Award (IPMA)* 2011. Di bawah naungan bendera Jawa Pos Grup, Riau Pos akhirnya saat ini berhasil menjadi *Market Leader* untuk kawasan Sumatera Bagian Utara dengan mengembangkan sayap di lima provinsi, yakni Riau, Kepulauan Riau, Sumatera Barat, Sumatera Utara, dan Nangroe Aceh Darussalam (NAD).

Media yang tergabung dalam Riau Pos Grup akhirnya menjadi penguasa pasar di provinsi masing-masing, seperti Padang Ekspres di Sumatera Barat, Batam Pos untuk Kepulauan Riau, Sumut Pos untuk Sumatera Utara dan tentu saja Riau Pos di Riau.

B. Profil Perusahaan

Nama Perusahaan : PT. Riau Pos Intermedia Pekanbaru
Alamat Perusahaan : Jalan. HR. Soebrantas KM. 10,5 Panam,
Pekanbaru
Kota : Pekanbaru
Provinsi : Riau
Tahun Berdiri : 18 Januari 1991
Jenis Media : Surat Kabar
Bahasa : Indonesia
Edisi : Harian Pagi
Terbit : 7 Hari (seminggu)
Jumlah Halaman : 40 Halaman (Edisi Harian)

40 Halaman (Edisi Minggu)

Harga Eceran : Rp 4.500

Harga Langganan : Rp 120.000/bulan

C. Visi dan Misi PT. Riau Pos Intermedia

Sebagai surat kabar terbesar di Riau, PT Riau Pos Intermedia memiliki Visi “Menjadi Perusahaan Media terdepan dan terkemuka di Sumatera”. Sedangkan Misi PT Riau Pos Intermedia adalah ikut serta mencerdaskan kehidupan berbangsa sebagaimana diamanatkan cita-cita kemerdekaan Indonesia “Bangun Negeri Bijakkan Bangsa”.

D. Produk dan Jasa PT. Riau Pos Intermedia

1. Kelompok Media Secara Grup
 - a. Media Cetak
 - 1) Koran Riau Pos (Pekanbaru)
 - 2) Pekanbaru Pos (Pekanbaru)
 - 3) Pekanbaru MX (Pekanbaru)
 - 4) Pos Metro Pekanbaru (Pekanbaru)
 - 5) Pos Metro Mandau (Dumai)
 - 6) Pos Metro Indragiri Hilir (Indragiri Hilir)
 - 7) Pos Metro Rokan Hulu (Rokan Hulu)
 - 8) Pos Metro Rokan Hilir (Rokan Hulu)
 - 9) Dumai Pos (Dumai)
 - 10) Padang Ekspres (Padang)

- 11) Pos Metro Padang (Padang)
- 12) Sumut Pos (Medan)
- 13) Metro Siantar (Medan)
- 14) Batam Pos (Batam)
- 15) Pos Metro Batam (Batam)
- 16) Batam Ekspres (Batam)
- 17) Pos Metro Bintan (Tanjung Pinang)
- 18) Pos Metro Karimun (Tanjung Pinang)
- 19) Metro Siantar (Sumatera Utara)
- 20) Metro Tebing (Sumatera Utara)
- 21) Rakyat Aceh (Aceh)
- 22) Tabloid Sempadan (Tanjung Pinang)

b. Media Elektronik

- 1) Riau TV
- 2) Batam TV
- 3) Padang TV
- 4) Dumai TV
- 5) Bengkalis TV
- 6) Rohil TV
- 7) Rohul TV
- 8) Indragiri Hilir TV

2. Kelompok Non Media

- a. PT. Riau Graindo (Percetakan Pekanbaru)

- b. PT. Riau Pos Bintang Pres (Percetakan Bintang)
- c. PT. Padang Graido (Percetakan Padang)
- d. PT. Medan Graido (Percetakan Graido)
- e. PT. Patria Media Prodis (Promosi dan Distributor Pekanbaru)
- f. PT. Mega Karsa Buanaloka (Internet Pekanbaru)
- g. PT. Media-Link (Internet Pekanbaru)
- h. PT. Riau Pos Multimedia Corporation

E. Struktur Organisasi Perusahaan

Bentuk struktur organisasi yang dipakai oleh PT. Riau Pos Intermedia adalah tipe lini atau bentuk organisasi garis. Bentuk organisasi garis ini merupakan bentuk organisasi yang paling sederhana dengan para bawahannya dibandingkan dengan bentuk organisasi lain.

Disini penulis akan memberikan keterangan struktur organisasi pada setiap bagian yang terdapat pada struktur organisasi diatas, yaitu sebagai berikut:

1. Direktur Utama

Direktur utama perusahaan bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan dan operasional perusahaan secara umum. Secara garis besarnya dapat disebut bahwa tugas Direktur utama adalah membuat keputusan tentang arah dan kebijakan perusahaan berdasarkan rencana perusahaan dan bekerja dengan pedoman yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

2. Direktur

Direktur adalah orang yang diangkat oleh oleh Dewan Komisaris untuk melaksanakan operasional sehari-hari perusahaan dengan kata lain fungsi manajemen perusahaan dikendalikan langsung oleh seorang Direktur yang pada suatu saat harus bertanggung jawab kepada Dewan Komisaris.

3. Pimpinan Perusahaan

Pimpinan Perusahaan bertanggung jawab atas kegiatan yang dilakukan di bidang administrasi, keuangan, iklan, dan pemasaran. Pimpinan Perusahaan mempunyai tugas mengkoordinasikan setiap kegiatan-kegiatan tersebut diatas agar dapat dilakukan secara efektif dan efisien.

4. Pimpinan Redaksi

Pimpinan Redaksi adalah orang yang diberi tanggung jawab untuk mengelola masalah penerbitan surat kabar, dimulai dari tahap pencarian materi yang akan dimuat sampai setelah berita tersebut dikonsumsi oleh pembaca. Mengkoordinir seluruh kegiatan redaksi dan pracetak sehingga surat kabar terbit pada waktunya dan bertanggung jawab kepada Direktur.

5. Manajer Redaksi dan Percetakan

Mempunyai tugas meningkatkan kualitas sumber daya manusia untuk mempertahankan kredibilitas surat kabar dan persaingan antar media cetak yang mencakup menambah wawasan dan pengetahuan dibidang

jurnalistik dengan melengkapi fasilitas perpustakaan dan data.

Meningkatkan kualitas berita dan produktifitasnya meliputi:

- a. Meningkatkan peran koordinasi liputan sampai ke daerah-daerah dalam upaya meningkatkan investigasi berita-berita aktual Riau Pos.
- b. Meningkatkan profesionalisme dan percaya diri sebagai wartawan Riau Pos.
- c. Meningkatkan sarana kerja agar kegairihan kerja karyawan terpelihara.

Hal ini sangatlah penting bagi produktifitas perusahaan.

Manajer Redaksi dan Percetakan ini bertanggung jawab kepada Pimpinan Redaksi.

6. Manajer Keuangan

Bagian ini mempunyai tanggung jawab atas pengawasan keuangan secara berkala untuk semua satuan kerja yang berguna untuk menekan angka pemborosan belanja pada perusahaan, memonitor perkembangan dan kebutuhan piutang semua kegiatan, khususnya bagian pemasaran dan iklan dan membentuk suatu tim penagihan untuk mengatasi piutang macet. Manajer keuangan bertanggung jawab kepada Pimpinan Perusahaan.

7. Manajer Umum, Administrasi/SDM

- a. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia dengan mengadakan training yang dilakukan dengan cara mengundang para ahli untuk memberikan pengarahan pada bidang dan disiplin ilmu tertentu yang sesuai dengan tujuan dan sasaran training. Memberlakukan peraturan

dan meningkatkan disiplin kerja karyawan untuk bekerjasama secara bertanggung jawab.

- b. Meningkatkan kesejahteraan karyawan dengan meningkatkan penghasilan, tunjangan dan kompensasi dengan menetapkan standar gaji yang sesuai.
- c. Mengendalikan dan mendayagunakan karyawan yang ada semaksimal mungkin untuk meningkatkan produktifitas dan motivasi kerja karyawan.
- d. Memelihara fasilitas umum perusahaan.

Manajer umum, Administrasi/SDM bertanggung jawab kepada Pimpinan Perusahaan.

8. Bagian Iklan

Melakukan perluasan atau pengembangan terhadap tingkat pemasangan iklan, baik di dalam kota maupun di daerah-daerah, memperbaiki penampilan iklan Riau Pos untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan dengan cara mengurangi tingkat kesalahan, memperbaiki bentuk desain iklan yang lebih menarik untuk dibaca. Bagian ini bertanggung jawab kepada manajer iklan.

9. Bagian Pemasaran

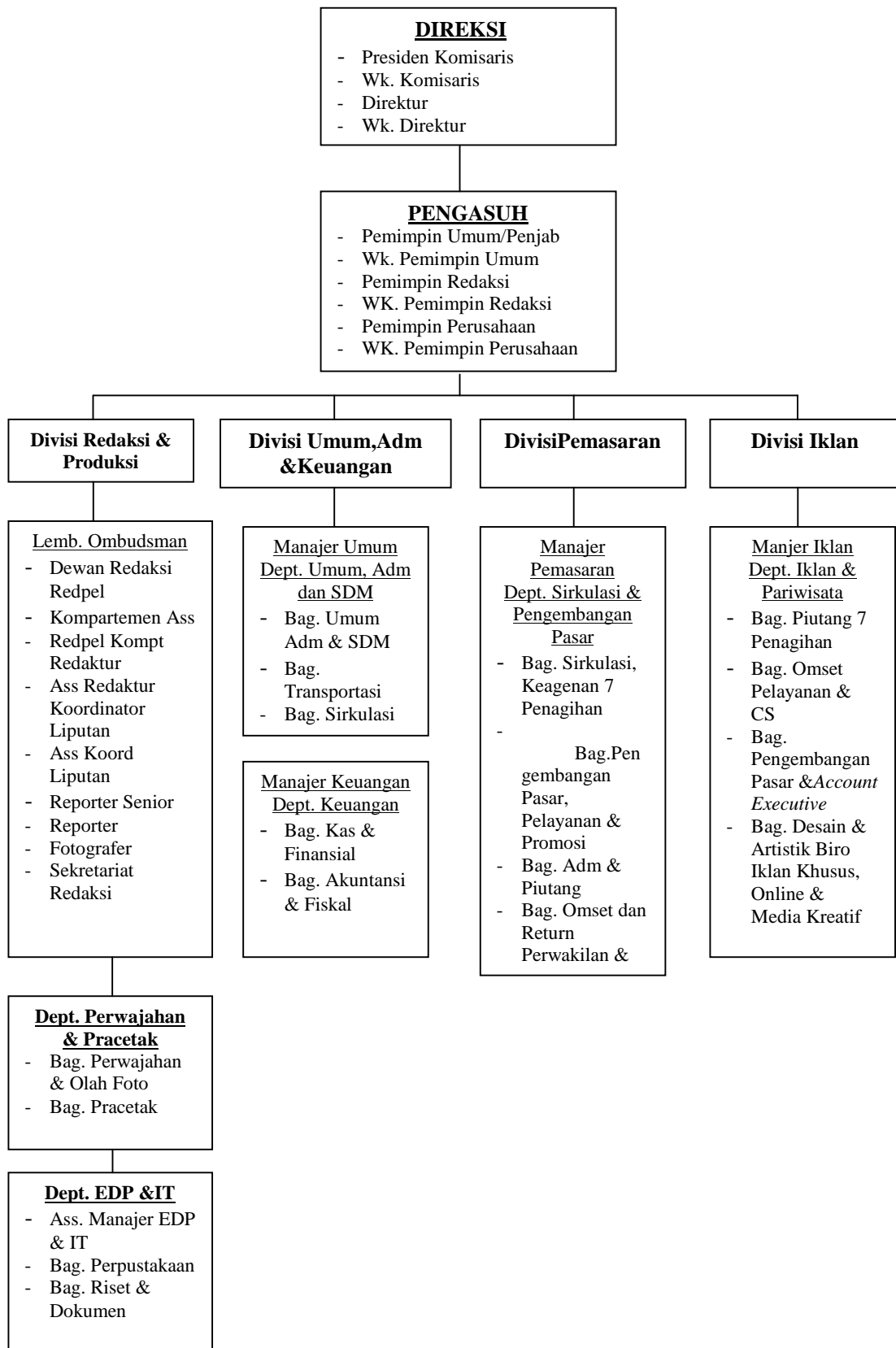
Bagian ini mempunyai tugas-tugas sebagai berikut:

- a. Meningkatkan omset penjualan koran dengan melakukan promosi secara terencana, baik promosi penjualan sponsor maupun mitra-mitra penjualan.

- b. Memperbaiki sistem distribusi, baik dalam maupun luar kota agar koran tidak terlambat sampai ke tangan para agen, loper dan konsumen.
- c. Memperkuat organisasi pemasaran ke seluruh perwakilan Riau Pos di daerah-daerah.

Bagian ini bertanggung jawab kepada manajer pemasaran dan manajer pemasaran bertanggung jawab kepada pimpinan perusahaan.

STRUKTUR ORGANISASI PT. RIAU POS INTERMEDIA PEKANBARU



F. Aktifitas Perusahaan

Aktifitas perusahaan adalah segala kegiatan-kegiatan yang terjadi, baik didalam maupun diluar perusahaan, dimana baik secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi kelancaran jalannya kegiatan perusahaan. Sebagaimana yang telah dinyatakan terlebih dahulu bahwa PT. Riau Pos Intermedia adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang penerbitan surat kabar. Adapun tujuan dari perusahaan ini sendiri yaitu ingin memberikan informasi kepada konsumen atau masyarakat untuk mengetahui apa saja yang sedang terjadi pada saat ini. Dewasa ini dalam kehidupan sehari-hari, informasi merupakan hal yang mempunyai peranan yang sangat penting, karena dengan adanya berbagai informasi tersebut akan memberikan kemudahan bagi masyarakat, baik informasi mengenai ekonomi, sosial budaya dan lain sebagainya.

Untuk mendapatkan hasil yang cukup baik maka sangat diperlukan kerja sama yang baik diantara berbagai elemen atau unit kerja dalam perusahaan. Dengan modal kerja sama ini, seluruh target yang telah ditetapkan perusahaan untuk menguasai pasar merupakan hal yang paling penting, terlebih pada masa sekarang dimana produk-produk surat kabar saling berlomba untuk merebut pembaca.

Selain penerbitan dan penjualan surat kabar, aktifitas lain perusahaan ini adalah menjaring iklan dengan advertorial untuk diterbitkan bersamaan dengan penerbitan berita-berita yang di *supply* oleh bagian produksi. Karena informasi dalam bentuk iklan juga merupakan salah satu bantuan dari

perusahaan untuk konsumennya terutama bagi konsumen yang membutuhkan informasi tentang iklan yang diberitakan. Disamping itu iklan juga memberikan kontribusi yang tidak sedikit sebagai sumber penghasilan bagi perusahaan.

Kegiatan lain yang dilakukan perusahaan adalah dengan alokasi atau pengembangan usaha, dimana dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan harus bisa menciptakan suatu kegiatan-kegiatan yang baru. Seperti yang dilakukan oleh PT. Riau Pos Intermedia yaitu selain koran harian yang diproduksinya juga dengan mendirikan lagi sebuah stasiun televisi dengan nama Riau Televisi (RTV).

Untuk menopang sasaran dan strategi perusahaan perlu diadakan penyebaran jaringan distribusi dan liputan yang lebih merata diseluruh wilayah operasional perusahaan. Sebagai tindak lanjut dari strategi dan sasaran yang ingin dicapai tersebut, maka manajemen perusahaan memutuskan untuk mengadakan perwakilan-perwakilan koran Riau Pos di tiap daerah. Perwakilan ini merupakan langkah awal Riau Pos dalam mewujudkan rencana dan sasaran serta tujuan perusahaan yaitu memperluas pasar dan pemerataan tingkat penyebaran koran yang tidak hanya terkonsentrasi di pusat kota. Produktifitas dan aktifitas perwakilan ini sangat penting yaitu sebagai motor penggerak pengembangan usaha Riau Pos. Hal ini juga untuk mengingat kondisi geografis Provinsi Riau dimana Riau Pos melakukan aktifitasnya pada wilayah Riau daratan dan Riau Kepulauan.

Didalam melaksanakan penjualan koran, sehari-hari PT. Riau Pos menggunakan jasa para agen dan loper koran sebagai saluran distribusi koran sehingga sampai ke tangan para pembaca yang kita kenal dengan konsumen atau pelanggan koran Harian Pagi Riau Pos.

Untuk pemasangan iklan, perusahaan menggunakan tenaga kopoltir dalam menghimpun pendapatan dari sektor iklan. Pada saat ini untuk lebih memudahkan konsumen didalam mengorder iklan, perusahaan juga membuka perwakilan-perwakilan iklan seperti di toko-toko buku atau outlet-outlet penjualan koran yang bekerja sama sesuai perjanjian yang telah disepakati antara kedua belah pihak. Semua ini dilakukan perusahaan untuk lebih memberikan kemudahan sistem pengorderan iklan kepada para konsumen.

Untuk memuat iklan pada Koran Harian Pagi Riau Pos, disini pihak perusahaan juga membuat peraturan-peraturan yang harus dituruti oleh konsumen yang dimana peraturannya adalah sebagai berikut:

1. Order iklan yang akan dimuat harus lengkap, jelas dan ditanda tangani serta di stempel oleh pengorder.
2. Order iklan baru dikatakan sah apabila:
 - a. Ada stempel dari organisasi pengorder
 - b. Tidak mengandung unsur politis, serta menyerang kelompok tertentu.
 - c. Disetujui oleh kepala bagian iklan dan pimpinan.

Melalui peluang-peluang dan tantangan yang cukup prospektif di masa mendatang tentu saja pihak PT. Riau Pos Intermedia Pekanbaru perlu untuk merumuskan suatu tindakan, strategi serta langkah-langkah yang sangat tepat

dan berguna di dalam penguasaan pasar dan juga berguna untuk mengantisipasi tantangan dan ancaman pada masa yang akan datang.

Bila dilihat prospek pemasaran koran Harian Pagi Riau Pos yang merupakan satu-satunya perusahaan lokal yang memiliki tingkat kedewasaan perusahaan yang mapan dan dari segi pengalaman yang cukup, maka PT. Riau Pos memiliki prospek penjualan yang lebih terbuka lebar dengan tidak mengesampingkan kualitas dari isi berita dan menjaga *image* sebagai koran terdepan dan terpercaya di mata konsumen. Karena tidak menutup kemungkinan PT. Riau Pos Intermedia akan tersaingi oleh perusahaan lain yang menerbitkan koran-koran terbitan lokal yang pada tahun-tahun terakhir ini banyak tumbuh dan berkembang dengan memproduksi barang yang sejenis.

Dengan demikian, PT. Riau Pos harus lebih mewaspadaai terhadap pesaing-pesaing baru yang dalam jangka panjang bahkan tidak mustahil akan mampu menggeser angka penjualan koran Harian Pagi Riau Pos atau merebut pangsa pasar di Riau. Seperti kita ketahui perusahaan yang menghasilkan produk sejenis sudah mulai mendapat sambutan dari para konsumen. Disini produk perusahaan harus selalu memantau atau mencari informasi apakah konsumen masih menginginkan produk yang dihasilkan atau produk dari perusahaan lain, karena konsumen merupakan objek yang dituju oleh seluruh perusahaan yang ada.

Sumber: PT. Riau Pos Intermedia Pekanbaru, 2015