

BAB II

DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan gambaran umum obyek penelitian, yaitu mengenai deskripsi singkat Harian Kompas, Suara Merdeka dan Harian Jogja. Ketiga media cetak ini sama – sama memberitakan mengenai isu atau peristiwa seputar HIV/AIDS yang dimuat pada tanggal 1 dan 2 Desember 2012.

2.1. Harian Kompas

Harian Kompas sebagai salah satu koran nasional terbesar di Indonesia, telah berkiprah dalam bisnis jurnalisme selama lebih dari empat dasawarsa. Media cetak ini telah melewati era Orde Baru yang identik dengan pengekangan kebebasan pers. Adapun deskripsi singkat mengenai sejarah perkembangan Kompas, struktur organisasi, serta visi dan misinya diuraikan sebagai berikut.

2.1.1. Sejarah Singkat Harian Kompas

Ide awal penerbitan harian Kompas datang dari Jenderal Ahmad Yani yang mengutarakan keinginannya kepada Frans Seda untuk menerbitkan surat kabar yang berimbang, kredible, dan independen. Frans kemudian mengemukakan keinginan itu kepada dua teman baiknya, Auwjong Peng Koen atau yang lebih dikenal dengan Kanisius Ojong (1920-1980) dan Jakob Oetama. Kompas mulai terbit pada tanggal 28 Juni 1965 berkantor di Jakarta Pusat dengan tiras 4.800 eksemplar. Sejak tahun 1969, Kompas merajai penjualan surat kabar secara nasional. Pada tahun 2004, tiras hariannya mencapai 530.000 eksemplar, khusus

untuk edisi minggunya mencapai 610.000 eksemplar. Pembaca koran ini mencapai 2,25 juta orang di seluruh Indonesia. Pada awal perkembangannya Kompas dicetak di percetakan orang (sehingga sering terlambat) Baru pada tahun 1972, Kompas mulai dicetak sendiri. Awalnya Kompas hanya terbit 4 halaman, saai ini Kompas terbit dengan 40 halaman. Motto Kompas adalah “Amanat Hati Nurani Rakyat”. Dengan demikian segala bentuk tulisan yang dipublikasikan di Kompas dimaksudkan untuk menjadi representasi hati nurani rakyat Indonesia.

(Sumber : *company profile* Kompas).

2.1.2. Visi, Misi, Motto dan Nilai Dasar Harian Kompas

Kompas memiliki visi yang merupakan hal yang ingin dicapai oleh Kompas dalam keberadaannya sebagai media. Adapun visi harian Kompas yaitu “menjadi institusi yang memberikan pencerahan bagi perkembangan masyarakat Indonesia yang demokratis dan bermartabat serta menjunjung tinggi asas dan nilai kemanusiaan”. Misi merupakan langkah yang ditempuh suatu institusi atau badan dalam mencapai tujuannya. Misi harian Kompas adalah “mengantisipasi dan merespon dinamika secara profesional sekaligus memberi arah pada perubahan (*trend setter*) dengan menyediakan dan menyebarluaskan informasi yang terpercaya”. Dikaitkan dengan pemberitaan pada artikel yang diteliti penulis, visi dan misi Kompas terlihat dari tujuan pemberitaanya. Yaitu berupaya untuk menyampaikan informasi seputar perkembangan HIV/AIDS di Indonesia melalui

media sebagai pencerahan bagi masyarakat agar lebih berhati-hati dan waspada pada resiko penularan HIV.AIDS.

Harian Kompas mengemban motto “Amanat Hati Nurani Rakyat’. Moto ini merupakan hasil pilihan dan perenungan yang matang, timbul dari keprihatinan, penghargaan dari nasib hati nurani rakyat yang pada saat itu tersumbat akibat dimanipulasi oleh Partai Komunis Indonesia (PKI) (Sumber : *company profile* Kompas).

Harian Kompas menganut falsafah bahwa seluruh kegiatan yang akan diambil harus didasarkan kepada dasarnya dengan mengikuti dasar tersebut berfungsi untuk memuaskan pelanggan. Adapun dasar yang dianut oleh harian Kompas, antara lain (Sumber : wawancara),

- a. Mengutamakan watak baik
- b. Profesionalisme
- c. Semangat kerja tinggi
- d. Berorientasi kepada kepuasan konsumen (pembaca, pengiklan, mitra kerja hingga penerima proses selanjutnya).
- e. Tanggung jawab sosial

2.1.3. Struktur Organisasi Harian Kompas

Dalam struktur organisasi Harian Kompas, Jakob Oetama menjabat sebagai pemimpin umum. Sementara Agung Adiprasetyo dan St. Sularto menduduki posisi sebagai wakil pemimpin umum. Di dalam struktur pemimpin redaksi / penanggung jawab dipegang oleh Trias Kuncahyono, Taufik H. Miharja. Redaktur

senior dijabat oleh Ninok Leksono dan redaktur pelaksana dipegang oleh Budiman Tanurejo yang dibantu oleh wakil redaktur pelaksana, yaitu Andi Suruji dan James Luhulima. Sementara yang menjabat sebagai sekretaris redaksi adalah Retno Bintari, M. Nasir. Pemimpin perusahaan dijabat oleh Lukas Widjaja dan didampingi wakil pemimpin perusahaan yang dijabat oleh Abun Sanda (hr.kompasgramedia.com/CompanyProfile.php).

2.2. Harian Suara Merdeka

SKH Suara Merdeka merupakan salah satu koran tertua di Indonesia dan terbit pertama kali pada 11 Februari 1950 di kota Semarang. Dengan mengantongi surat izin SIUPP No.001/SK/MENPEN/SIUPP/A.7/1985, Suara Merdeka memiliki misi memperdengarkan suara rakyat yang baru saja merdeka. Adapun deskripsi singkat mengenai perkembangan SKH Suara Merdeka diuraikan sebagai berikut.

2.2.1. Sejarah Suara Merdeka

SKH Suara Merdeka lahir di era pasca kemerdekaan Indonesia. Aspirasi dan suara hati nurani rakyat perlu ditampung oleh media yang dikelola oleh para pejuang – pejuang pers. Hal tersebut yang menjadi latar belakang mengapa Koran ini bernama Suara Merdeka. (sumber : *Company Profile* SKH Suara Merdeka tahun 2012).

Koran ini sebelumnya diberi nama Mimbar Merdeka. Namun karena Hetami, Pendirinya tidak menyukai angka ganjil dari jumlah 13 huruf kata Mimbar Merdeka, sehingga dipilihlah nama Suara Merdeka. Suara Merdeka

dengan jumlah huruf 12 inilah yang pada akhirnya dipilih dan digunakan hingga saat ini.

Awal mulanya koran Suara Merdeka terbit pada sore hari, berjumlah 4 halaman dan dicetak hanya 5.000 eksemplar. Dikelola secara sederhana dengan dua mesin ketik dan dibantu oleh dua orang wartawan. Suara Merdeka itu hanya memiliki dua meja dan dua mesin ketik, dan untuk percetakannya, Suara Merdeka ikut “menumpang” cetak di harian “*De Locomotief*”. Harian “*De Locomotief*” merupakan sebuah harian peninggalan Belanda yang tahun itu masih terbit di Semarang dan letaknya di jalan Kepodang. (sumber : *Company Profile SKH Suara Merdeka tahun 2012*).

Dalam upaya mengembangkan sayapnya, Suara Merdeka pertama kali dipimpin oleh H.Hetami sebagai pemimpin umum sekaligus pemimpin redaksi, wartawan sekaligus pemilik Suara Merdeka sendiri. Saat itu H.Hetami juga ikut mengoreksi naskah, membawa naskah ke percetakan, menunggu dicetak dan akhirnya ikut menjual koran itu di berbagai tempat. Saat itu, H.Hetami dibantu oleh dua wartawan yang cukup handal, yaitu H.R Wahjoedi dan Moh Sulaiman dengan hanya tiga tenaga usaha (sumber : *Company Profile SKH Suara Merdeka tahun 2012*).

Penghargaan yang menggembirakan sekaligus tanda perkembangan pesat Suara Merdeka yaitu ketika mendapat kehormatan dan kepercayaan satu – satunya harian Jawa Tengah yang diambil langganan secara kolektif oleh bagian Kesejahteraan Terr-IV (Kodam IV/Diponegoro sekarang), sebanyak 1.000

eksemplar tiap hari untuk dibagikan kepada kesatuan – kesatuannya. Selain itu H. Hetami juga mendapatkan penghargaan Bintang Mahaputra Utama dari presiden RI, Soeharto, sebelum akhirnya meninggal dunia pada tahun 1986. Sejak saat itu kepemimpinan Suara Merdeka digantikan oleh menantunya, Ir. H. Budi Santoso (sumber : *Company Profile* SKH Suara Merdeka tahun 2012).

Kemajuan Suara Merdeka semakin pesat terutama dibidang manajemen setelah ada regenerasi dengan pemimpin umum Ir. H Budi Santoso. Struktur organisasi dan job deskripsi masing – masing ditata secara modern sehingga tanggung jawab masing – masing karyawan makin jelas. Seiring dengan perkembangan teknologi, pada tahun 1992, Suara Merdeka mulai menggunakan teknologi komputer, meskipun masih menggunakan mesin ketik. Suara Merdeka berusaha selalu menambah jumlah halaman setiap harinya dan liputan ke berbagai negara. Selain itu terdapat penambahan rubrik yang selalu menarik sesuai dengan kebutuhan pembaca. Suara Merdeka terbit 16 halaman selama 4 kali seminggu dan selebihnya 12 halaman dengan *full colour* (sumber : *Company Profile* SKH Suara Merdeka tahun 2012).

Kepemimpinan Ir. H Budi berlangsung selama 23 tahun dan kepemimpinan berakhir pada tahun 2010. Sejak saat itu kepemimpinan Suara Merdeka dialihkan kepada putra pertama Ir. H Budi Santoso, yaitu Kukrit Suryo Wicaksono sebagai pemimpin umum Suara Merdeka hingga saat ini.

Sebagai koran Jawa Tengah, Suara Merdeka memiliki karakteristik sendiri, yaitu bagaimana bisa menjaga diri agar dibutuhkan masyarakat dalam

kehidupan berbangsa dan bernegara. Di era reformasi saat ini, Suara Merdeka berperan sebagai moderator dan menjadi alat komunikasi bagi satu kelompok masyarakat yang punya persamaan kebutuhan informasi dan titik singgung di bidang budaya sebagai basis budaya Jawa Tengah. Dengan demikian, Suara Merdeka memilih filosofi “Semar Sang Pemomong”. Oleh karena itu, berbagai opini yang masuk dan menyangkut perkembangan otonomi daerah disikapi Suara Merdeka dengan menjadi perekat seluruh entitas di Jawa Tengah (sumber : *Company Profile SKH Suara Merdeka tahun 2012*).

Redaksi Suara Merdeka memiliki dua kali lipat dalam sehari untuk menentukan isi pemberitaan surat kabar perharinya. Rapat pertama yaitu pada pagi hari pukul 09.00, membahas mengenai evaluasi hasil terbitan dari hari yang sebelumnya. Biasanya rapat ini dihadiri oleh seorang redaktur pelaksana dan redaktur piket yang saat itu hadir di kantor. Rapat kedua, yaitu pada malam hari pukul 17.00, membahas mengenai isi berita hasil liputan seluruh wartawan yang dikirimkan ke pihak redaksi. Dalam rapat ini redaktur pelaksana memegang peranan untuk memeriksa dan memfokuskan sebuah berita agar layak diberitakan di hari berikutnya. Dimulai dari judul, sub judul, hingga isi berita. Rapat ini juga memutuskan untuk *headline* dan berita pada halaman pertama, dan juga memutuskan berita *headline* di tiap halaman. Biasanya rapat ini dihadiri oleh redaktur pelaksana yang bertugas masuk saat hari itu, seluruh redaktur dan editor berita (sumber : *Company Profile SKH Suara Merdeka tahun 2012*).

Pimpinan Suara Merdeka group, secara bertahap, memajukan karyawannya dengan menambah ketrampilan, penataran seminar dan pendidikan,

baik di dalam atau diluar negeri. Perlu diketahui jumlah karyawan Suara Merdeka Group sudah lebih dari 1300 karyawan, dengan wartawan – wartawan yang tersebar di setiap ibu kota kabupaten di Jateng dan DIY. Suara Merdeka menerima karyawan secara resmi dan terbuka. Semua karyawan mendapatkan hak asuransi jiwa dan kesehatan, uang transport, kendaraan dinas, pakaian seragam, dll. Untuk kelancaran distribusi koran kepada masyarakat pelanggannya, Suara Merdeka mendirikan kantor perwakilan di Jakarta, Yogya, Solo, Pekalongan, Kedu, Pati, dan Surabaya. Wilayah prioritas pemasaran Suara Merdeka adalah Jawa Tengah, dan hingga saat ini oplah Suara Merdeka mencapai 150.000 eksemplar setiap harinya (sumber : *Company Profile* SKH Suara Merdeka tahun 2012).

2.2.2. Struktur Organisasi Suara Merdeka

Harian Suara Merdeka beroperasi dibawah Perusahaan PT Suara Merdekan Press yang berkedudukan di kota Semarang. P. Suara Merdeka Press memiliki dua kantor, yang pertama adalah kantor direksi dan manajemen, kantor biro semarang, Departemen Iklan, Pemasaran, TU, Keuangan, R&D, Akuntansi, Marketing Communication &PR, Suara Merdeka Cyber News yang berada di jalan Pandanaran no.30 Semarang. Sedangkan kantor redaksi Suara Merdeka bertempat di jalan Raya Kaligawe Km. 5 Semarang.

Orang – orang yang mendirikan PT Suara Merdeka Press hingga kini menduduki jabatan tertinggi di perusahaan tersebut. Selain itu, sebagian dari mereka juga ada yang turut mengasuh Suara Merdeka Group yang ada. Suara Merdeka Group saat ini terdiri dari, Harian Wawasan, Tabloid Keluarga

Cempaka, Suara Merdeka Cibernews, Radio Suara Sakti (SS FM), Radio Track FM, PT. Masscomm Graphy (Percetakan), PT. Masscomm Media (Penerbitan), PT. Merdeka Wirastama (Pengelola kawasan Industri Terboyo), Tabloid Otospeed, dan Harian Banyumas (sumber : *Company Profile* SKH Suara Merdeka tahun 2012).

Struktur Kepemimpinan Suara Merdeka

Pendiri	: H. Hetami
Komisaris Utama	: Ir. H. Budi Santoso
CEO	: Kukrit Suryo Wicaksono
Direktur Bisnis	: Poerwono
Direktur Pemberitaan	: Sasongko Tedjo
Direktur SDM	: Sara Ariana Fiestri
Direktur Umum	: Risky Adi Wirastomo
Pemimpin Redaksi	: Hendro Basuki
Wakil Pemimpin Redaksi	: Gunawan Permadi
Sekretaris Redaksi	: Eko Hari Midjiharto
Redaktur Pelaksana	: Heryanto Bagas Purnomo, Gunawan Permadi, Ananto Pradono

(sumber : *Company Profile* SKH Suara Merdeka tahun 2012).

2.2.3. Visi dan Misi PT. Suara Merdeka Press

Visi dari PT. Suara Merdeka pos ialah “Menjadi perusahaan pelopor industri informai yang diakui masyarakat dan merupakan pilihan pelanggan karena bermutu serta menjadi perekat komunitas Jawa Tengah”. Sedangkan Misi dari PT. Suara Merdeka Press yaitu ;

1. Mengabdikan kepada masyarakat dalam meningkatkan kecerdasan bangsa.
2. Memasarkan informasi yang akurat, terkini, dan bertanggung jawab melalui media cetak dan elektronik dengan layanan pelanggan yang terbaik.
3. Menghasilkan keuntungan yang optimal agar : perusahaan makin tumbuh dan berkembang, kesejahteraan dan profesionalisme karyawan dapat ditingkatkan, dan berperan serta secara aktif di dalam arus utama (mainstream) kehidupan sosial masyarakat.
4. Sehingga Suara Merdeka memiliki keunggulan kompetitif berkesinambungan (sumber : *Company Profile* SKH Suara Merdeka tahun 2012).

2.2.4. Motto Suara Merdeka

Suara Merdeka memiliki tiga motto lama yang selalu dipegang dan menjadi acuan seluruh karyawan hingga saat ini, yaitu :

- **Independen** : menempatkan kepentingan umum di atas kepentingan kelompok.
- **Objektif** : pemberitaannya tidak diwarnai oleh pamrih dan harus seimbang
- **Tanpa Prasangka** : wartawan dalam membuat berita harus bebas dari opini pribadi

Ketiga motto ini digunakan sejak tahun 1950, saat Suara Merdeka terbit perdana dan H. Hetami masih memegang peran sebagai pimpinan umum juga pemimpin redaksi saat itu. Meskipun motto ini tidak dipakai lagi, bukan berarti hilang begitu saja. Motto tersebut masih melekat dan menjadi acuan demi kemajuan Suara Merdeka setiap harinya.

Motto yang digunakan saat ini adalah “**Perekat Komunitas Jawa Tengah**” ini dimaksudkan sebagai upaya untuk lebih dekat dengan pembaca dan mengikuti perkembangan jaman yang makin melesat (sumber : *Company Profile* SKH Suara Merdeka tahun 2012).

2.3. Harian Jogja

Harian Jogja merupakan surat kabar lokal. Surat kabar ini adalah anak perusahaan dari surat kabar Bisnis Indonesia, yakni salah satu surat kabar ekonomi yang berpusat di Jakarta. Maka, sebelum menjelaskan mengenai awal lahirnya Harian Jogja, perlu dijelaskan mengenai Bisnis Indonesia.

2.3.1. Harian Jogja sebagai Anak Perusahaan Bisnis Indonesia

Bisnis Indonesia mempunyai cita – cita untuk meniru kelompok *Wallstreet Journal*, kelompok *Washington Post*, kelompok *Financial Times*, kelompok *Yomitari Shimbun*, dan kelompok *Nihon Keizai Shimbun* yang semuanya itu menjadi raksasa informasi dengan tentakel bisnisnya yang menjalar kemana – mana.

Maka beberapa produk turunan dan anak perusahaan didirikan. Tahun 1992, Bisnis Indonesia mendirikan majalah berbahasa Inggris *Indonesian Business Weekly*. Menyusul harian Solopos (19 September 1997), harian berbahasa mandarin *Shang Bao* (2000), tabloid Tren Digital (7 Juli 2003), tabloid Bisnis Uang (5 Agustus 2004), Radio Solopos FM (2004), dan Harian Monitor Depok (7 Januari 2007).

Percetakan PT. Aksara Grafika Utama di Pulogadung, Jakarta dan PT Solo Grafika Utama di Solo juga turut dibangun untuk mendukung operasional semua

anak perusahaan itu. Terakhir, didirikan PT Aksara Dinamika Jogja yang menerbitkan Harian Jogja. Harian Jogja terbit pada 20 Mei 2008 di Yogyakarta, dengan daerah sirkulasi Provinsi DIY, Purworejo, Magelang.

2.3.2. Sejarah Harian Jogja

Mengenai sejarah dan perkembangan Harian Jogja, diperoleh informasi secara wawancara antara Florensus Sinaga dengan Y. Bayu Widagdo, selaku wakil Pemimpin Redaksi. Hal ini disebabkan, hingga saat ini Harian Jogja belum mempunyai sumber tertulis yang dapat dijadikan rujukan bagi yang ingin tahu tentang sejarah dan perkembangan Harian Jogja. Bapak Y. Bayu Widagdo sebelum menjabat sebagai wakil Pemimpin Redaksi Harian Jogja, beliau adalah seorang redaktur pada Bisnis Indonesia yang kemudian diberi amanah oleh jajaran direksi Bisnis Indonesia untuk memprakarsai berdirinya sebuah koran daerah di Yogyakarta.

Harian Jogja dibentuk untuk menyediakan berita – berita lokal yang edukatif bagi masyarakat lokal Yogyakarta yang telah mendorong Bisnis Indonesia menjajaki pembentukan sebuah media lokal baru. Bagi Bisnis Indonesia, pembaca lokal pasti lebih mencari, menekuni, menghargai isu – isu lokal yang terjadi di daerahnya itu tanpa selalu dihadapkan pada isu nasional yang secara geografis tidak dekat dengan masyarakat lokal. Masyarakat lokal itu sendiripun harus melek media dan terbuka terhadap terpaan media yang semakin besar (Sinaga, 2009 : 30).

Provinsi DIY dipilih , karena provinsi itu dilihat mempunyai dinamikan dalam aspek sosiokultural dalam masyarakat. Masyarakat DIY tetap berpegang

teguh pada budayanya, namun dalam kehidupan sehari – hari tidak resisten terhadap budaya dan kebiasaan lain yang sebagian besar datang dari mahasiswa pendatang. Selain itu masyarakat DIY dinilai belum mendapatkan pasokan informasi sungguh mendidik dan “apa adanya”.

Oleh karena itu, pada bulan November 2007, sebuah tim studi terbentuk di Bisnis Indonesia untuk menguji layak tidaknya provinsi DIY untuk dapat didirikan sebuah surat kabar baru. Bisnis Indonesia kemudian meminta tim independent dari kalangan akademisi untuk menindaklanjuti hasil studi yang telah dilakukan sebelumnya. Maka, pada bulan Februari – Maret 2008 dilakukan survey yang mengkaji tentang profil media – media lokal di DIY. Hasil kesimpulan tim independen menyatakan bahwa masyarakat DIY masih membutuhkan media alternatif yang bisa menguatkan identitas kelokalan masyarakat DIY itu sendiri. Dan tentu saja, secara ekonomis media baru itu mempunyai peluang.

Menyikapi kedua hal tersebut yang menyimpulkan bahwa provinsi DIY mempunyai prospek dari segi idealisme dan bisnis untuk didirikan sebuah media baru, maka Bisnis Indonesia menunjuk beberapa anggota redaksi puncak Bisnis Indonesia dan Solopos untuk merintis sebuah media baru yang akan menjadi anak bungsu jaringan berita Bisnis Indonesia.

Bisnis Indonesia menunjuk YA Sunyoto yang sebelumnya menjadi pemimpin redaksi Monitor Depok untuk menjabat sebagai pemimpin redaksi (waktu itu bahkan belum ditentukan apa nama media baru itu). Selain itu ditunjuk Y Bayu Widagdo dan Adhitya Noviard, keduanya sebelumnya sebagai redaktur

dan asisten redaktur di Bisnis Indonesia, untuk duduk sebagai wakil pemimpin redaksi dan redaktur pelaksana media baru tersebut.

Pemimpin redaksi itu kemudian dibantu satu redaktur dari Solopos. Kelimanya dipindahtugaskan ke Yogyakarta. Sisa redaktur lainnya merupakan hasil perekrutan baru. Demikian juga reporter direkrut dan sengaja dipilih dari fresh graduate, bahkan yang belum pernah mempunyai pengalaman dalam hal jurnalistik.

Pembentukan media baru ini terhitung cepat karena hanya dalam hitungan bulan yaitu pada minggu III-IV bulan April 2008 dilakukan pelatihan jurnalistik bagi redaktur dan reporter baru bertempat di Kaliurang. Saat itu telah terjaring 24 reporter baru. Saat itu juga digodok tentang isi dan penampilan media baru tersebut. Sempat ada beberapa usulan nama media yang mengemuka, diantaranya Gema Jogja, Koran Jogja. Para Redaksi sepakat akan menamai media baru tersebut dengan sebutan Koran Jogja. Namun pada 28 April 2008 ternyata terbit sebuah media baru di provinsi DKI yang bernama Koran Jakarta. Agar tidak mengacaukan branding, maka nama Koran Jogja tidak jadi dipakai.

Alhasil muncul nama Harian Jogja yang sebelumnya tak terpikirkan. Harian Jogja dipilih sebagai nama media baru itu, yang pada saat itu para pengagasnya tidak berpretensi meningkatnya menjadi Harjo. Panggilan Harjo sendiri dibuat oleh masyarakat DIY sendiri ketika koran itu terbit dan beredar di pasaran.

Pada tanggal 1 Mei hingga 20 Mei 2008, para redaktur dan reporter melakukan praktek *trial and error*. Pada masa itu reporter dan redaktur

melakukan praktek jurnalistik seperti umumnya, namun produk akhirnya yang berupa koran tidak diterbitkan. Masa *trial and error* dijalani untuk mengkaji aspek kesalahan apa yang rata – rata dilakukan awak redaksi dalam praktek jurnalistik. Dengan demikian akan diperbaiki secepat mungkin. Selama tiga minggu itu pula, tentu saja, merupakan masa adaptasi bagi para reporter baru.

2.3.3. Visi dan Misi Harian Jogja

Arah dan kinerja perusahaan terefleksikan dari visi dan misi perusahaan tersebut. Visi dan Misi Harian Jogja inilah yang selalu dijadikan tujuan dan pijakan dalam setiap kebijakan yang dikeluarkan.

- Visi : Mengawal dinamika dan nilai luhur budaya masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya.
- Misi :
 1. Memberikan pilihan bagi masyarakat Yogyakarta yang semakin majemuk dalam konsumsi berita.
 2. Menyebarkan romantisme “ke-jogja-an” bagi warga yang pernah memiliki keterpautan dengan wilayah ini.
 3. Meningkatkan daya kritis masyarakat untuk mencapai cita – cita menuju bangsa yang cerdas.

2.3.4. Susunan Redaksi Harian Jogja

Pemimpin redaksi sebagaimana di bawah ini sebelumnya berasal dari Harian Solopos, sementara wakil pemimpin redaksi dan redaktur pelaksana dari Harian Bisnis Indonesia. Struktur lengkap sebagai berikut :

- a. Pemimpin Umum : Sukamdani Sahid Gitosardjono
- b. Pemimpin Perusahaan : Lulu Teriyanto

- c. Wakil Pemimpin Perusahaan : Endy Subiantoro
- d. Pemimpin Redaksi : YA. Sunyoto
- e. Wakil PimRed : Y Bayu Widagdo
- f. Redaktur Pelaksana : Adhitya Noviardi
- g. Redaktur : Achmad Rizal, Amiruddin Zuhri, Laila Rochmatin, Maya Herawati, Rochimawati, Sugeng Pranyoto, Wisnu Wardhana, Rahayuningsih, Yudhi Kusdiyanto, A Adi Prabowo, A Rizky D. poli'i.
- h. Manajer Riset Keskretariat : MM Foura Yusito
- i. Ass.Manajer Produksi : Hengki Irawan
- j. Reporter : Andri Setyawan, Budi Cahyana, Dian Ade Permana, Endro Guntoro, Endras Idialfero, Ginting, Feronika Werdiningsih, Galih Eko Kurniawan, Heru Lesmana Syafei, Jumali, Kukuh Setyono, Martha Nalurita, Mediana Dyah, Nadia Maharani, Nina Atmasari, Prihati Puji, Ratri Lila Prabawani, Shinta Maharani, Tentrem Mujiono, Victor Mahrizal, Angelina Dewi Chandra, Olivia Lewi, Nugroho Nurcahyo, Rina Wijayanti.
- k. Fotografer : Desi Suryanto, Talchah Hamid
- l. Tim Artistik : Anton Yuniasmoro, Aryati Familiasari, Fitri A,M. Khaerudin, Samsul Arifin, .G Sunu Jatmika, Tri Harjono, Zahirul Alwal.
- m. General Manajer Pemasaran : Engki Harnani
- n. Ass.Manajer Sirkulasi : Ibnu Pamungkas

(sumber : *company profile* Harian Jogja 2009)