

BAB II

DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

A. Sejarah Pers kota Solo dan Kelahiran SOLOPOS

Solo (Surakarta) dicatat sebagai tempat lahirnya PWI (Persatuan Wartawan Indonesia) 9 Februari 1946. Di ikuti lahirnya organisasi SPS (Serikat Penerbit Pers) 8 Juni 1946 di Yoyakarta, lebih dari seperempat abad kemudian lahir pula organisasi periklanan PPI (Persatuan Pengusaha Periklanan Indonesia) tanggal 20 Desember 1972 dan SGP (Serikat Grafika Pers) pada tanggal 3 April 1974 (<http://www.pwi.or.id>).

Antara tahun 1800-1900 banyak bermunculan penerbitan pers, tetapi hampir semuanya tidak dapat bertahan lama. Keadaan pers itu masih dalam keadaan tidak stabil. Berbagai majalah harian dan mingguan banyak yang diterbitkan tetapi dalam waktu yang singkat menghilang, hal ini di karenakan oleh beberapa faktor antara lain dari segi peralatan yang digunakan yang tergolong masih sederhana.

Solo tercatat telah menelurkan puluhan surat kabar yang berpengaruh dalam masa pergerakan pada kurun 1830-1900-an, namun akhirnya kandas juga. Wajar jika masyarakat pers Indonesia mempunyai anggapan jika Surakarta seolah menjadi “kuburan pers”.

Kehadiran Solopos memang ditunggu banyak orang. Terutama mereka yang bermukim di Surakarta, karena selama ini di Surakarta belum ada koran. Surat kabar, walaupun dulu pernah ada, usianya tidak begitu panjang, alias putus

di tengah jalan. Namun, Prof. Dr. H. Sukamdani Sahid Gitosardjono, pendiri surat kabar Bisnis Indonesia, berpandangan lain. Ia melihat peluang bisnis pers yang prospektif di Kota Solo dan lantas melakukan persiapan selama enam bulan. Pelatihan wartawan profesional dilakukan pada April 1997 selama satu bulan di LP3Y (Lembaga Pengembangan Pendidikan Pers Yogyakarta). Karyawan bekerja mulai 1 Mei 1997. Dengan total 80 personil, Solopos pun terbit pada September 1997 (<http://www.pwi.or.id>).

PT. Aksara SOLOPOS adalah sebuah perusahaan penerbitan yang berkantor di Griya SOLOPOS Jl. Adisucipto 190 Solo yang menerbitkan surat kabar umum yaitu Harian Umum SOLOPOS. (Sumber : media kit SOLOPOS 2006).

Surat Kabar Harian Umum SOLOPOS mulai diterbitkan pada sejak tanggal 1 April 1997 dan diintensifkan lagi setelah Surat Ijin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) turun pada tanggal 12 Agustus 1997. Dalam SIUPP disebutkan SOLOPOS terbit 7 kali seminggu, untuk edisi Minggu telah terbit pertama kali pada tanggal 28 Juni 1998. Persiapan intensif dilakukan untuk menyiapkan sumber daya manusia dan juga persiapan untuk mencetak koran. (Sumber : Media Kit SOLOPOS 2006).

SOLOPOS Diterbitkan Oleh PT. Aksara SOLOPOS dengan Surat Izin: SK Menpen No. 315/SK/MENPEN/SIUPP/12 Agustus 1997. Awal tahun berdiri SOLOPOS mencetak sekitar 10.000 eksemplar yang diedarkan di wilayah Surakarta sekitarnya dan juga di beberapa daerah di Jawa Tengah. SOLOPOS mengalami kenaikan oplah sebesar 40.000 eksemplar pada tahun

pertama setelah berhasil memuat tragedi berdarah yang meluluh-lantahkan kota Bengawan pada saat itu, dan SOLOPOS satu-satunya surat kabar yang memuat tragedi tersebut.

Berbeda dengan koran-koran di daerah lain yang umumnya mengklaim diri sebagai koran nasional yang terbit di daerah, SOLOPOS justru menempatkan diri sebagai koran daerah yang terbit di daerah. Hal ini dikarenakan koran ini ingin menjadi besar di daerah bersama dengan kian meningkatnya dinamika masyarakat Surakarta yang akan menjadi kota internasional.

B. SOLOPOS sebagai koran masyarakat

Harian Umum SOLOPOS yang memilih basis terbit di Kota Solo, Jawa Tengah, lahir bersamaan dengan dimulainya penerapan teknologi baru di bidang persurat-kabaran. Pada saat bersamaan, sejumlah media cetak nasional mulai menerapkan sistem jarak jauh di berbagai daerah.

Sebagai salah satu kota utama di Jawa Tengah, Solo dengan 6 kabupaten berdekatan yang tergabung dalam Eks Karesidenan Surakarta adalah pasar yang sangat potensial. Solo yang lambat laun akan menjadi pusat pertumbuhan ekonomi seiring dengan perkembangan ekonomi di Yogyakarta-Solo-Semarang (Joglosemar) menjadi basis terbit SOLOPOS. Hal tersebut berdasar ekonomi dan historis.

Secara ekonomis, peran Solo sebagai pusat yang penting di Jawa Tengah, bahkan di pulau Jawa semakin tampak dengan kondisi makro ekonomi yang semakin kondusif. Pertumbuhan dan peran Solo yang secara ekonomi, seolah

menjadi paradigma baru di era ekonomi daerah bahwa wilayah kelas daerah tingkat II juga bisa berkembang menjadi kota penting dan bisa diperhitungkan.

Etos kerja masyarakatnya dalam berusaha, serta sikap kritis terhadap asupan yang ada, membuat Solo dan sekitarnya menjadi kawasan yang unik dan pantas diperhitungkan. Karena itulah, dalam kancah bisnis pada skala nasional, potensi Solo tidak bisa diabaikan, baik dalam perannya sebagai kawasan yang memproduksi banyak produk, maupun dalam posisinya sebagai pasar berbagai jenis produk.

Sedangkan secara historis, Solo dikenal sebagai tempat pertumbuhan pers nasional, namun hingga saat ini tidak satupun surat kabar harian yang tersisa, sehingga surat kabar dari luar kota seperti Semarang, Yogyakarta, Surabaya dan Jakarta yang mengisi kekosongan pasar tersebut. Masyarakat tentunya membutuhkan Surat kabar baru yang berbasis kotanya sendiri.

Peluang inilah yang dilihat oleh sekelompok penerbit Harian Ekonomi Bisnis Indonesia untuk melakukan ekspansi atau pengembangan bisnis pers-nya di Solo, dan melalui kepemilikan saham di PT Aksara SOLOPOS, perusahaan yang menerbitkan Harian SOLOPOS, akhirnya memperoleh izin penerbitan Surat Kabar dari Menteri Penerangan No. 315/SK/MENPEN/SIUPP.

Berbekal dengan SIUPP itulah SOLOPOS akhirnya bisa hadir pertama kali dengan 16 halaman pada 19 September 1997. adapun format pada saat itu terbit 7 kali seminggu, dengan bidang cetak dan proses cetak 9 kolom x 540 mm offset, dan ukuran 1 kolom 4,2 cm.

C. Visi dan Misi SOLOPOS

Visi SOLOPOS adalah sebagai Penyaji informasi utama dengan pengelolaan usaha yang professional, sedangkan Misi dari SOLOPOS membentuk sumber daya manusia yang berkompeten dan bermoral, menyajikan informasi yang berimbang, akurat dan unggulan, serta mensejahterakan stakeholders SOLOPOS. (Sumber : media kit SOLOPOS 2006).

SOLOPOS berusaha tampil lebih baik dan lebih aspiratif untuk kebutuhan pembaca. Sebagai surat kabar umum, SOLOPOS berusaha mengakomodasi berbagai kepentingan yang ada di masyarakat, mulai dari masalah sosial, budaya, ekonomi, dan politik. Selain itu, SOLOPOS juga berusaha menempatkan diri sebagai koran yang dapat memenuhi masyarakat banyak.

SOLOPOS berusaha menjadi jembatan penghubung dengan mengutamakan fakta dan kebenaran. Hal ini dikarenakan SOLOPOS memiliki sajian berita yang berani mengungkap fakta dan keberpihakan kepada kepentingan luas. Sehingga dinamisasi politik masyarakat yang begitu tinggi menjadi sorotan tersendiri bagi SOLOPOS.

SOLOPOS dengan konsep dua koran dalam satu koran, tampil dengan dua seksi. Seksi satu menampilkan isu-isu global dan seksi dua menampilkan isu lokal. Kebutuhan masyarakat akan keragaman informasi dipenuhi sedemikian rupa, sehingga pembaca cukup memegang satu koran untuk mendapatkan berbagai fakta sekaligus. Masalah politik, ekonomi, sosial, budaya berskala nasional selalu hadir dalam seksi satu SOLOPOS, sedangkan informasi berskala lokal disajikan dengan penuh keragaman, menarik, dan lengkap di seksi kedua.

Secara garis besar prinsip pokok SOLOPOS menyajikan berita lebih berani, pendekatan yang lebih memihak kepada kepentingan masyarakat banyak, serta tampil selengkap mungkin dan bernuansa.

D. Distribusi dan Sirkulasi SOLOPOS

Pengembangan pasar pada tahap awal difokuskan pada basis kota terbit, yang lebih dikenal sebagai Eks Karesidenan Surakarta. Kawasan ini adalah bagian daerah tingkat II dengan kota Solo sebagai kuncinya. Sedikitnya ada 6 juta manusia yang menjadi salah satu pasar potensial tergabung dalam wilayah tersebut, diantaranya Solo, Karanganyar, Sukoharjo, Klaten, Boyolali, Sragen dan Wonogiri. Siring dengan pengembangan bisnis pasar, sejumlah pusat pertumbuhan lain juga digarap menjadi daerah pembaca SOLOPOS.

Dalam perjalanan sejarahnya, SOLOPOS secara bertahap menjadi bagian masyarakat Jawa Tengah, khususnya di wilayah selatan dan perbatasan Jawa Timur hingga sekarang.

Sejalan dengan pengembangan basis penyebarannya, beberapa pusat pertumbuhan lain pun digarap menjadi daerah pembaca Solopos. Di bawah ini merupakan tabel prosentase pembaca Harian Umum SOLOPOS di Eks Karesidenan Surakarta dan kabupaten atau kota di sekitarnya, berdasarkan data hasil dari penyebaran angket yang dilakukan bagian penelitian dan pengembangan (Litbang) tahun 2010 dan pusat dokumentasi SOLOPOS.

TABEL 2.1
Distribusi dan Sirkulasi SOLOPOS

Eks- Karesidenan Surakarta		Kabupaten/ Kota Sekitar	
Daerah	Prosentase	Daerah	Prosentase
Kota Solo	40,18%	Wonogiri	4,17%
Sukoharjo	21,13%	Sragen	3,87%
Karanganyar	11,31%	Madiun	0,60%
Boyolali	9,23%	Surabaya	0,60%
Klaten	8,63%	Semarang	0,30%

Sumber : SOLOPOS 2010

E. Pembaca SOLOPOS

Surat Kabar Harian Umum SOLOPOS memiliki pembaca dengan cakupan kalangan atau golongan masyarakat mulai dari petani, pedagang, PNS, mahasiswa, siswa bahkan manula sekalipun. Hal ini dapat dilihat dari kategori pembaca diantaranya kategori usia, pendidikan dan pekerjaan. Untuk kategori pembaca SOLOPOS didominasi kelompok usia produktif yakni 26-30 tahun dengan presentase 20,54%, sedangkan kategori pendidikan, civitas Perguruan tinggi S-1 mendominasi tingkat pembaca teringgi Harian Umum SOLOPOS dengan prosentase 34,82%. Sementara dilihat dari kategori pekerjaan, karyawan swasta menjadi prosentase pembaca terbanyak dengan prosentase 38,39%.

Berikut ini adalah tabel profil pembaca Surat Kabar Harian Umum SOLOPOS yang diperoleh dari data Bagian Sumber Daya Manusia (SDM) SOLOPOS.

TABEL 2.2
Pembaca SOLOPOS

Usia		Pendidikan		Pekerjaan	
Usia (tahun)	Prosentase	Pendidikan	Prosentase	Pekerjaan	Prosentase
15-20	6,55%	SD	0,89%	Wiraswata	19,94%
21-25	16,96%	SLTP	3,87%	Pegawai Swasta	38,89%
26-30	20,54%	SLTA	29,17%	PNS	7,14%
31-35	10,12%	Diploma	16,96%	Pedagang	5,330%
36-40	14,59%	S-1	34,82	Pelajar/mahasiswa	11,01%
41-45	10,72%	S-2	2,98%	Ibu Rumah Tangga	7,14%
46-50	6,85%	Kuliah	11,01%	Guru	4,17%
51-55	2,38%			Pensiunan	5,95%
				Tidak bekerja	2,68%
				BUMN/BUMD	1,79%
				TNI POLRI	0,30%

Sumber : SOLOPOS 2010

Berdasarkan tabel-tabel di atas menunjukkan bahwa para pembaca Solopos didominasi orang-orang yang berusia 26 tahun sampai 30 tahun. Usia ini adalah usia produktif dalam karirnya dan juga haus akan informasi untuk kepentingannya.

Segi latar belakang pendidikan, pembaca Solopos termasuk kategori pendidikan yang tinggi yaitu pada tingkat perguruan tinggi. Dan didukung pula oleh para pelajar SLTA yang menunjukkan minat baca yang cukup tinggi yaitu sebesar 29,17%. Hal ini merupakan kondisi yang sangat menggembirakan bagi perkembangan sebuah surat kabar daerah.

Dalam hal status sosial atau pekerjaannya, kelompok pembaca dari pegawai swasta mempunyai minat baca yang lebih tinggi yaitu sebesar 38,89%.

F. Struktur Rubrikasi SOLOPOS

Harian Umum SOLOPOS hadir dengan 24 halaman yang terbagi dalam dua seksi, yaitu global dan lokal atau daerah solo dan sekitarnya. Informasi global berarti penampilan isi-isu berskala nasional dan internasional.

Pada bagian kedua adalah bagian Solo Raya dengan isu pemberitaan wilayah Solo dan sekitarnya. Liputan kedaerahan ini merupakan keunggulan SOLOPOS karena sebagai satu-satunya surat kabar harian di wilayah Solo mampu memberikan informasi mengenai kejadian di sekitar Solo pada rubrik setiap daerah.

SOLOPOS juga dikonsepsi dengan usaha mengakomodasi berbagai kepentingan yang ada di masyarakat, mulai dari soal sosial, budaya, ekonomi, dan politik. SOLOPOS berusaha menempatkan dirinya sebagai koran yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Disela dominasi berita yang bersifat *hard news*, SOLOPOS menampilkan pula berita ringan dengan judul rubrik *Ah Tenane..* yang menjadi salah satu daya tarik SOLOPOS pada perkembangannya.

Salah satu hal yang menjadi sorotan penting SOLOPOS adalah dinamisasi politik masyarakat di kota Solo dan sekitarnya yang begitu tinggi. Dengan sajian yang lebih berani mengungkap fakta dan keberpihakan pada kepentingan yang lebih luas, SOLOPOS berusaha menjadi jembatan penghubung dengan mengutamakan fakta dan kebenarannya. Masalah politik, sosial, budaya berskala nasional selalu hadir pada satu seksi SOLOPOS, sedangkan informasi skala lokal disajikan dengan penuh keragaman, menarik, lengkap di seksi kedua. Kebutuhan masyarakat akan keberagaman informasi dipenuhi sedemikian rupa, sehingga

pembaca cukup memegang satu koran untuk mendapatkan berbagai fakta.
(Sumber: data base SOLOPOS).

G. Redaksional SOLOPOS

Redaksional merupakan bagian yang penting dalam sebuah perusahaan media cetak. Tugas-tugas jurnalis sampai menjadi sebuah berita yang layak dibaca oleh khalayak merupakan tugas pekerjaan utama pada bagian ini.

Redaksional suatu media merupakan sebuah tim yang terdiri dari orang-orang yang berperan memproduksi pesan dari memilih, mengubah dan menolak pesan.

Bagian redaksi di Harian Umum SOLOPOS terdiri dari Pemimpin Redaksi, Wakil Pemimpin Redaksi, Redaktur Pelaksana, Redaktur, Pengelola Halaman, Reporter, serta staf pendukung lainnya. Secara mendetail tugas masing-masing bagian redaksi tersebut adalah sebagai berikut:

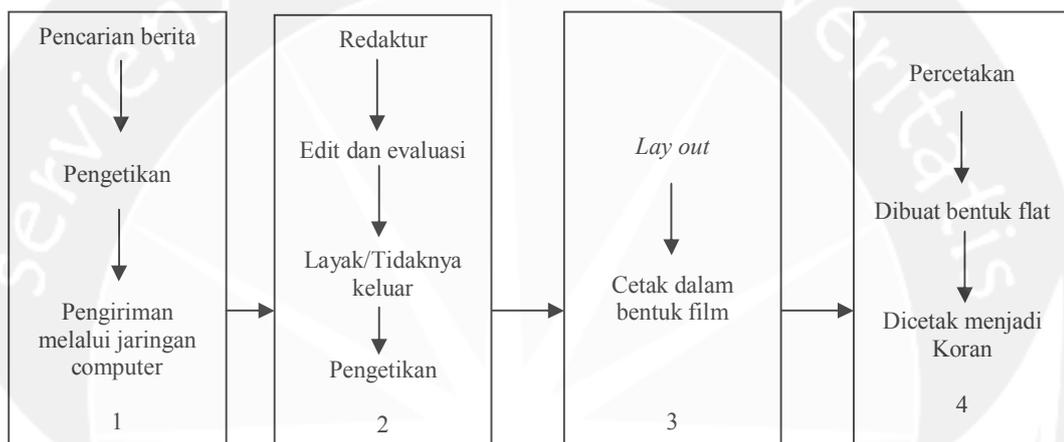
- 1) Pemimpin Redaksi (Pemred) adalah penentu kebijakan dan bertanggung jawab atas keredaksian dan pemberitaan. Pemred mempunyai hak dan tanggung jawab terhadap seluruh Surat Kabar Harian, ke dalam dan keluar, baik tulisan wartawan maupun penulis.
- 2) Wakil Pemimpin Redaksi (Wapemred) bertanggung jawab kepada Pemred, dan bertugas mewakili dan menggantikan tugas Pemred bila diminta dan berhalangan.
- 3) Redaktur Pelaksana (RedPel) adalah pelaksana harian yang mengkoordinasikan kelancaran tugas lintas rubrik.

- 4) Redaktur adalah pelaksana teras yang memimpin dan penanggung jawab rubrik. Redaktur bertanggungjawab terhadap pelaksanaan rencana fisik kerja harian, mingguan dan bulanan berdasar analisis SWOT untuk acara liputan berita dan pembinaan narasumber Redaksi mempertanggungjawabkan hasil pelaksanaan kegiatan operasional kepada Redpel.
- 5) Wartawan (reporter) adalah karyawan pers yang melakukan pekerjaan pengumpulan, pengolahan dan penyiapan berita berupa fakta, ulasan dan pendapat.
- 6) Sekretaris redaksi adalah penunjang kelancaran tugas operasional keredaksian. Bagian ini bertugas membantu pelaksanaan fungsi kesekretariatan redaksi sebagai wahana penghubung antar sektoral di dalam penerbitan dan luar perusahaan.
- 7) Fotografer (Juru foto) adalah karyawan pers yang melakukan pekerjaan merekam gambar dan menyajikan dalam bentuk foto berita.
- 8) Operator *Lay Out* adalah karyawan yang merupakan unsur pendukung dalam persiapan pracetak. Bagian ini mempertanggungjawabkan kerja kepada bagian produksi dan kreatif
- 9) Desain grafis adalah karyawan pers yang melakukan pekerjaan menggambar kartun atau ilustrasi.
- 10) *Setter* adalah karyawan pers yang membantu menyiapkan pengetikan naskah dari redaktur atau naskah-naskah faksimili dari luar kota yang akan dimuat di surat kabar harian.

11) Staf Pusdok dan Litbang adalah karyawan yang merupakan unsur penunjang dan unsur bantuan dari kelangsungan kelancaran di redaksi dan perusahaan.

Proses pembuatan Harian Umum SOLOPOS dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Skema 2.1
Proses Produksi SOLOPOS



Sumber: Bagian Sumber Daya Manusia (SDM) SOLOPOS

Keterangan Gambar :

Tahap pertama proses produksi ialah pencarian berita oleh wartawan. Sumber berita dapat diperoleh dari narasumber dan kantor berita nasional dan internasional (missal: AFT, CNN, Reuter). Dari berita yang diperoleh lalu diketik, dikirim melalui jaringan komputer ke redaktur. *Deadline* waktu penyerahan berita ke redaktur berbeda-beda, namun secara umum pukul 23.00 WIB. Pada tahap kedua, redaktur mengedit dan mengevaluasi layak atau tidak layaknya suatu berita diterbitkan, selanjutnya berita akan diterbitkan dan diketik. Tahap ketiga, hasil ketikan berita yang akan dipilih oleh redaktur dibawa ke proses *lay out* (tata letak penempatan berita dalam koran). Setelah proses *layout* selesai, kemudian dicetak

dalam film. Tahap keempat membawa hasil cetak ke percetakan dan dibuat plat. Dan yang terakhir proses percetakan koran yang siap untuk didistribusikan.

H. Kebijakan Redaksional SOLOPOS

Kebijakan redaksional SOLOPOS mengedepankan netralitas karena menyadari adanya pluralitas dalam masyarakat kota Solo. Dalam herangka tersebut, SOLOPOS tidak memperbolehkan wartawannya berpolitik aktif sebagai fungsionalis parpol. Selain itu dalam pemberitaannya SOLOPOS mengenal konsep ABC (*Accurate, Balance and Clear*). *Accurate* berarti titik banding harus tepat dan berdasar fakta sebenarnya, *Balance* berarti suatu berita memerlukan adanya keseimbangan yang melibatkan berbagai pihak terkait atau kepentingan dengan berita tersebut, minimal dua pihak yang bersebrangan dalam suatu kasus tertentu (*cover both side*) dan *Clear* adalah sebuah berita tidak boleh menimbulkan persepsi yang bermacam-macam yang justru menyebabkan kebingungan pembacanya.

ABC yang kedua memiliki pengertian *Actual, Big, complete*. *Actual* artinya menyajikan sesuatu yang terkini dan perlu diketahui masyarakat, *Big* berarti bahwa berita yang ditampilkan mempunyai pengaruh kepada masyarakat, *Complete* dimaksudkan agar tidak menimbulkan salah persepsi dari pembaca dengan selengkap-lengkapnyanya.

I. Karakter Pemberitaan SOLOPOS sebagai Koran Kota Solo

Pemilihan kota Solo sebagai basis, membawa konsekuensi bahwa SOLOPOS harus menetapkan *Corporate Culture* (budaya perusahaan) yang tepat

sesuai dengan identitas Kota Solo sebagai salah satu pusat budaya Jawa. Dalam penerapan budaya perusahaan dibutuhkan sikap disiplin dalam hal kerja dan penampilan, netralitas dari sumber, netralitas dari partai politik, dan mengutamakan *team work*. Berdasar hubungan ini, disusun pula format rubrikasi dan konsep pemberitaan yang dinilai sesuai dengan konsep *Cooperate Culture* yang dianut diantaranya:

- 1) Seiringnya, penggunaan idiom-idiom Jawa yang sudah sangat dipahami khalayak.
- 2) Penanaman rubrik menggunakan istilah Jawa atau dekat dengan budaya Jawa, misalkan Pergelaran atau Gunungan.
- 3) Tampilnya beberapa sub rubrik yang khas Jawa atau dekat dengan budaya Jawa, misalnya Panangguhing Duwung, Nuansa Supranatural, dan lain sebagainya.
- 4) Tampilnya cerita bergambar, bersambung, atau cerita fiksi yang mengambil tokoh dan penokohan khas Jawa.

J. Pola Liputan SOLOPOS

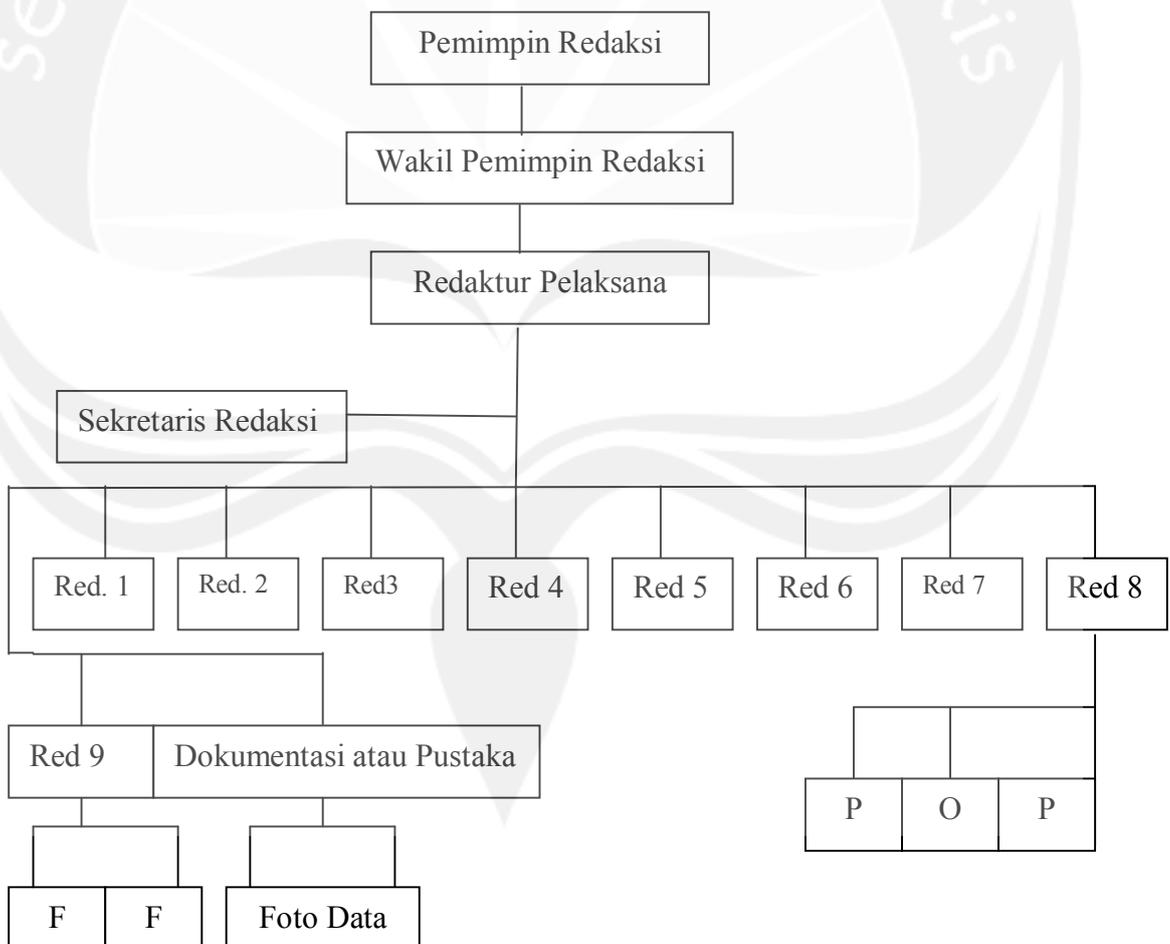
Harian umum SOLOPOS membagi pola liputannya dalam dua kategori, yakni edisi harian dan edisi mingguan (koran yang terbit pada hari minggu). Edisi harian menekankan informasi-informasi yang bersifat aktual. Sedangkan, edisi mingguan memberikan informasi yang lebih ringan seperti kejadian yang setiap hari dihadapi para pembaca.

Selain menerbitkan edisi harian dan mingguan, SOLOPOS menerbitkan *Khazanah* yang terbit hari Jumat, yang didasarkan pada tema-tema yang berkaitan dengan kejadian teraktual selama kurun waktu satu minggu terakhir.

K. Struktur Organisasi SOLOPOS

Dalam pelaksanaan kerja, sebagaimana organisasi pers lainnya, harian Umum SOLOPOS memiliki struktur organisasi. Adapun struktur redaksi Harian Umum SOLOPOS adalah sebagai berikut:

Skema 2.2
Struktur Redaksi Harian Umum SOLOPOS



Sumber : SOLOPOS

Keterangan :

Red. 1 : Redaktur Pelaksana

Red. 2 : Redaktur Surakarta

Red. 3 : Redaktur Daerah

Red. 4 : Redaktur Opini/ Gagasan

Red. 5 : Redaktur Ekonomi/ Bisnis

Red. 6 : Redaktur Internasional/ Jateng- DIY

Red 7 : Redaktur Olahraga

Red. 8 : Redaktur Artistik

Red. 9 : Redaktur Foto

R : Repoter

P : Pracetak

O : Operator *Macintosh*

D : Desain

1) Profile Perusahaan

Badan Penerbit : PT Aksara SOLOPOS

Nama Media : HARIAN UMUM SOLOPOS

Pemimpin Umum : Prof. Dr. H. Sukamdani S. Gitosardjono

Wakil Pemimpin Umum : Danie H. Soe'oed

Pemimpin Perusahaan : Bambang Natur Rahadi

Pemimpin Redaksi : Y Bayu Widagdo

Wakil Pemimpin Redaksi : Suwarmin

Redaktur Senior : Mulyanto Utomo

Redaktur Plaksana : Anton W Prihartono

Sekretaris Redaksi : Sri Handayani

Redaktur : Abu Nadhif, Alvari Kunto Prabowo, Anik Sulistyawati, Astrid Prihatini, Wisnu Dewi, Danang Nur Ikhsan, Erwina Tri S, Fadjar Roosdianto, Haryono Wahyudianto, Ichwan Prasetyo, Ivan Indrakusuma, Mugi Suryana, Rahmat Subiono, Rini Yustiningsih, Riyanta, R Bambang Aris S, Syifaul Arifin, Tri Wiharto, Verdy Bagus Hendratmoko, Yonantha Candra Premana.

Kabag Litbang dan Pusdog : Sholahuddin

Manager Promosi & EO : Rahayu Mulyaningsih

Manager Iklan : Wahyu Widodo

Manager Sirkulasi & Kehumasan : Amir Tohari

Staf Redaksi : Adib M Asfar, Aeranie Nur Hafnie, Ahmad Ludianto, Alvari Kunto Prabowo, Akhmad Ludyanto, Ayu Prawitasari, Damar Sri Prakoso, Dina Ananti Sawitri Setyani, Fety Permatasari, Hijriah Al Wakhidah, Imam Yuda Saputra, Eni Widiastuti, Ery maryana, Iskandar, Kurniawan, Lutfiyah, M. Khodiq Duhri, Nadhiroh, Niken Ari

P, Ponco Suseno, Rohman Ermawati, Septhia

Ryanthie, Tutut Indrawati, Yus Mei Sawitri

Boyolali : Ahmad Mufid Aryono
Klaten : Aries Susanto
Karanganyar : Farid Syafrudhi, Indah Septiyaning W, Triyono
Sukoharjo : Hanifah Kusumastuti, Oriza Vilosa
Sragen : Rohman Ernawati
Wonogiri : Triyanto Heri Suryono
Salatiga : Khaled Hasby Ashshidiqi
Semarang : Insentyonoto
Grobogan : Arif Fajar S
Foto : Agoes Rudianto, Burhan Aris Nugraha, Sunaryo

Harto Bayu

Asisten Manager Layout : Fajar Hari S

Tim Pengembang Redaksi : Niken Pupy S

Alamat kantor : Griya SOLOPOS

Jln. Adisucipto No.190 Solo 57145

No. Telpon : Telp (0271) 724811 (hunting)

No. Faks : Redaksi (0271) 724833
(0271)724850 (iklan)

Email Redaksi : redaksi@SOLOPOS.co.id

Email Iklan : iklan@SOLOPOS.co.id

Homepage : www.SOLOPOS.co.id

Kantor Jaringan

Semarang : Jl. Sompok Baru 79
Telp (024) 8442852

Surabaya : Jl. Opak No. 1 telpon (031) 5670748

Bandung : Kompleks Cikawao Permai kav C\A-17
Jl.Cikawao No. 51 Bandung. Telp 022- 4262829,
Faks 022- 4262826

Jakarta : Lt 6 Jl. S Parman Kav. 12-13 Slipi Jakarta Telp
(021) 5304016 (hunting) Faks (021) 5305869, Iklan :
Hafiz, Telp (021) 5304016 ext 566 Faks (021)
5305868

2) Data Media

Bahasa : Indonesia

Edisi Terbit : Harian Pagi, 7 hari seminggu

Jumlah per 1 Halaman : 24 Halaman

Dimensi per Halaman : (V) 540 mm x (H) 360 mm

Jumlah Kolom : 8 Kolom

Proses Percetakan : Web

Jenis Kertas : CD Newsprint 48 gram

Halaman berwarna : Setiap hari sesuai permintaan

Harga Eceran : Rp 2.500,-

Harga langganan : Rp 60.000,-

3) Logo Media

SOLOPOS

L. Latar belakang Reporter atau Wartawan

Reporter atau wartawan adalah ujung tombak dalam peliputan berita dilapangan. Hal ini dikarenakan dalam kerja jurnalistik, bertugas mencari, menghimpun, mengolah dan menyajikan fakta dilapangan menjadi berita yang siap dikonsumsi politik.

Hingga kini SOLOPOS memiliki 33 wartawan yang tersebar di wilayah kerjanya antara lain Solo, Karanganyar, Klaten, Sukoharjo, Sragen, Wonogiri, Grobogan, Semarang dan Salatiga.

Dalam kerjanya, seorang wartawan membutuhkan keahlian khusus dalam berkegiatan jurnalistik. Pasalnya, proses mencari berita hingga mengolah fakta yang ada di lapangan hingga menjadi berita diperlukan sosok manusia yang tahan uji seperti uji mental di lapangan, uji pengetahuan dalam menyusun fakta dan lain lain. Oleh karena itu, wartawan di SOLOPOS memiliki syarat dan latar belakang pendidikan minimal sarjana S1.

Tidak hanya itu, SOLOPOS melakukan proses penyeleksian wartawan dengan persyaratan minimal S1 melalui magang profesi selama satu tahun sehingga nantinya SOLOPOS memiliki wartawan yang tangguh di lapangan maupun di atas meja redaksi.