

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Penelitian ini akan membahas mengenai penerapan jurnalisme damai pada *SKH Kompas* terkait pemberitaan konflik Indonesia-Malaysia dalam kasus klaim Tari Pendet sebagai budaya Malaysia dalam periode bulan Agustus 2009 hingga September 2009. Pada bab ini, peneliti akan memberikan gambaran hubungan dan konflik yang terjadi antara Indonesia dengan Malaysia, khususnya gambaran pembertiaan mengenai kasus klaim Tari Pendet oleh Malaysia yang diulas di *SKH Kompas*. Gambaran mengenai hubungan antara Indonesia dan Malaysia akan membantu untuk memahami peristiwa klaim Tari Pendet yang diulas di *SKH Kompas*. Gambaran deskripsi media digunakan untuk melihat sejarah, motto, visi dan misi, kebijakan redaksional dan alur kerja yang ada dalam media tersebut. Data-data tersebut dapat dijadikan referensi untuk lebih mengenal dan memahami gaya tampilan dan kecenderungan pemberitaan di *SKH Kompas*.

A. Deskripsi Hubungan Indonesia dan Malaysia

Indonesia dan Malaysia merupakan dua negara yang mempunyai kedekatan geografis dan masih satu rumpun suku bangsa Melayu. Sejak Indonesia merdeka pada 17 Agustus 1945 dan Malaysia berdiri pada 31 Agustus 1957, kedua negara ini terlibat dalam konflik yang terus berulang. Konfrontasi antara Indonesia-Malaysia dimulai pada 1962-1966, konfontrasi ini berawal dari ketidaksetujuan Presiden Soekarno atas keinginan Malaysia untuk mrnggabungkan Brunei, Sabah, dan Sarawak dengan Persekutuan Tanah Melayu

pada 1961. Sebutan “Ganyang Malaysia” dikeluarkan Presiden Soekarno pada 27 Juli 1963 sebagai bentuk kemarahannya atas tindakan Perdana Menteri Malaysia, Tuanku Abdul Rahman yang menginjak lambang negara Garuda Pancasila.⁵⁹ Konflik domestik Indonesia pada akhir 1965 menyebabkan keinginan untuk meneruskan perang dengan Malaysia mulai mereda. Ketika Indonesia dipimpin oleh Presiden Soeharto, Indonesia dan Malaysia mempunyai hubungan yang lebih harmonis dan melakukan kerjasama dalam bidang pendidikan, ekonomi, sosial, dan budaya.⁶⁰

Kasus Sipadan dan Ligitan yang muncul kembali pada 2002 membuat hubungan Indonesia-Malaysia kembali meregang. Permasalahan Sipadan dan Ligitan telah dimulai pada 1969, sejak itu pemerintah Indonesia dan Malaysia melakukan perundingan untuk menyelesaikan masalah bilateral melalui perwakilan kedua negara. Setelah dirundingkan, masalah ini kemudian dibawa ke Mahkamah Internasional. Keputusan Mahkamah Internasional pada 17 Desember 2002 yang mengatakan bahwa kedua pulau tersebut masuk dalam wilayah Malaysia mengecewakan pihak Indonesia.⁶¹ Konflik daerah teritorial tidak terhenti pada kasus Pulau Sipadan dan Ligitan. Pulau Ambalat yang terletak di Laut Sulawesi menjadi rebutan pihak Indonesia dan Malaysia. Potensi sumber daya alam yaitu kandungan minyak yang sangat besar menjadi faktor penting mengapa pulau ini diperebutkan selain kepentingan keamanan nasional.⁶²

⁵⁹ Taufik Adi Susilo, *Op. Cit.*, hal. 88-89.

⁶⁰ *Ibid.* Hal : 91.

⁶¹ *Ibid.* Hal : 91.

⁶² *Ibid.* Hal : 106-107.

Kini hubungan Indonesia dan Malaysia telah memasuki babak baru yaitu dalam wilayah permasalahan budaya. Beberapa produk seni budaya Indonesia telah beberapa kali diakui sebagai milik Malaysia, salah satunya adalah kesenian Reog Ponorogo. Malaysia menyebut kesenian ini sebagai seni tari Barongan sebuah kesenian Melayu dan patut untuk dilindungi. Klaim yang dilakukan Malaysia ini memicu protes masyarakat Indonesia terutama pihak-pihak yang berkecimpung dalam kesenian Reog.⁶³ Reog Ponorogo hanyalah salah satu contoh, masih terdapat banyak hasil budaya Indonesia yang dicuri, dipatenkan, atau diklaim oleh Malaysia, diantaranya adalah⁶⁴ :

1. Tahun 1957 : Lagu “Terang Bulan”
2. Tahun 2000:
 - a. Gamelan dari Jawa (klaim dan eksploitasi komersial).
 - b. Lagu “Injit-injit Semut” dari Jambi
3. Tahun 2005 : Badik Tumbuk Lada dari Riau, Deli, dan Siak.
4. Tahun 2006 :
 - a. Batik Parang dari Yogyakarta
 - b. Alat musik Angklung dari Jawa Barat
5. Tahun 2007 :
 - a. Wayang Kulit dari Jawa : Dipentaskan dalam berbagai acara sebagai kesenian Malaysia (Wayang kulit telah dikukuhkan UNESCO sebagai kesenian dunia berasal dari budaya Indonesia pada 7 November 2003).

⁶³ *Ibid.* Hal : 103.

⁶⁴ *Perlindungan Budaya Lemah.* SKH Kompas, Senin 31 Agustus 2009., hal. 1.

- b. Rendang, makanan khas dari Sumatera Barat
 - c. Naskah Kuno dari Sumatera Barat, Sulawesi Tenggara, Sulawesi Selatan, dan Riau : dibawa ke Malaysia lalu dibuat versi online
 - d. Lagu “Rasa Sayange” dari Maluku
 - e. Lagu “Soleram” dari Riau
 - f. Musik Indang Sungai Garinggiang dari Sumatera Barat : ditampilkan Tim Kesenian Malaysia pada acara Asia Festival 12-14 Oktober 2007.
 - g. Tari Kuda Lumping dari Jawa Timur
 - h. Lagu “Jali-Jali” dari Jakarta : diklaim sebagai lagu asli dari Langkawi.
6. Tahun 2008 :
- a. Reog Ponorogo dari Jawa Timur : Klaim dan eksploitasi komersial (Reog Ponorogo telah didaftarkan hak patennya sebagai kesenian asli Ponorogo ke Departemen Hukum dan HAM dengan nomor 026377 tertanggal 11 Februari 2004).
 - b. Kain Ulos dari Sumatera Utara
 - c. Keris dari Jawa (Keris telah dikukuhkan oleh UNESCO sebagai kesenian dunia berasal dari budaya Indonesia tahun 2005).
7. Tahun 2009 :
- a. Tari Pendet dari Bali : ditampilkan dalam iklan pariwisata Malaysia.

- b. Tenun ikat Sambas dari Kalimantan Barat : Produk tenun Ikat Sambas yang dibeli di Kalimantan Barat dijual di Malaysia dengan label *made in Malaysia*.
8. Tidak diketahui tahun klaim :
- a. Tari Piring dari Sumatera Barat
 - b. Lagu “Kakak Tua” dari Maluku : Klaim dan eksploitasi komersial.
 - c. Lagu “Anak Kambing Saya” dari Nusa Tenggara.

Kebudayaan Malaysia yang mempunyai kemiripan dengan budaya Indonesia tidak dapat dipisahkan dengan sejarah kehadiran warga Indonesia di Malaysia. Banyak warga Indonesia, terutama dari suku Bugis, Minang, dan Jawa, telah menetap bahkan berganti warga negara. Warga Indonesia yang datang ke Malaysia menciptakan pembauran budaya. Mereka membawa beragam seni tradisional daerah asal seperti Reog, angklung, dan seni tradisional lainnya.⁶⁵ Beberapa lama kemudian masalah budaya muncul dikarenakan Malaysia telah beberapa kali menggunakan dan mengklaim budaya Indonesia yang berkembang di Malaysia.

B. Deskripsi Kasus Penggunaan Tari Pendet oleh Malaysia dalam

SKH Kompas.

Kasus Tari Pendet muncul pertama kali dalam pemberitaan *SKH Kompas* edisi Minggu, 23 Agustus 2009. Penggunaan Tari Pendet dalam iklan “*Enigmatic Malaysia*” di saluran televisi *Discovery Channel* untuk pariwisata Malaysia telah

⁶⁵ Taufik Adi Susilo, *Op. Cit.*, hal. 105.

menimbulkan reaksi dari berbagai kalangan di Indonesia. Dalam artikel pertama ini *SKH Kompas* membahas adanya reaksi masyarakat Indonesia untuk “memagari” Tari Pendet dalam situs jejaring sosial di internet. Menurut Prof. Wayan Dibia, Tari Pendet merupakan kesenian tradisional yang telah menjadi bagian dari tradisi budaya Hindu-Bali sejak bertahun-tahun lamanya. Desakan kepada pemerintah untuk lebih tegas dalam menangani kasus ini pun muncul dari berbagai seniman, budayawan, pemerintah, maupun dari kalangan akademik.

Indonesia dan Malaysia tidak sekali ini saja bermasalah dengan penggunaan produk budaya. Sebelum Tari Pendet, telah ada Reog Ponorogo, batik dan lagu “Rasa Sayange” yang digunakan oleh Malaysia. Seringnya Indonesia dan Malaysia terlibat dalam permasalahan budaya, membuat pemerintah Indonesia dan Malaysia membentuk sebuah *Eminent Person Group* (EPG) yang bertugas mengkaji permasalahan yang kerap timbul di antara kedua negara. Anggota EPG Indonesia terdiri dari Jenderal (Purn) Try Sutrisno (Ketua), Quarish Shihab, Musni Umar, dan Des Alwi Abubakar. Sebagai langkah pertama, Pemerintah Indonesia telah memanggil Wakil Duta Besar Malaysia di Indonesia Amran Mohamed Zein untuk dimintai keterangan serta mengirimkan nota protes kepada Pemerintah Malaysia.

Hubungan Indonesia dan Malaysia pun memasuki babak sulit dengan adanya peristiwa klaim Tari Pendet ini. Pemerintah Indonesia berusaha menggunakan jalur diplomasi, perundingan, dan komunikasi politik untuk menyelesaikan masalah ini. Namun berbeda dengan generasi tua yang melihat

hubungan kedua negara sebagai negara serumpun, generasi baru lebih melihat hubungan Indonesia-Malaysia secara rasional. Reaksi masyarakat pun beragam atas klaim Tari Pendet ini, ada kalangan yang melakukan unjuk rasa, aksi *sweeping* warga Malaysia, pembakaran bendera dan atribut negara Malaysia. Aksi negatif masyarakat tersebut semakin menambah panjang permasalahan antara Indonesia dan Malaysia terkait isu Tari Pendet ini.

Presiden Indonesia, Susilo Bambang Yudhoyono, menegaskan bahwa permasalahan Tari Pendet akan diselesaikan melalui EPG. Selain itu Menteri Luar Negeri Indonesia Hassan Wirajuda akan bertemu dengan Menteri Luar Negeri Malaysia Datuk Anifah Aman pada hari Kamis, 17 September 2009 di Jakarta. Melalui pertemuan tersebut, Pemerintah Indonesia dan Malaysia telah sepakat untuk menghindari adanya klaim kepemilikan sepihak terhadap produk budaya serumpun. Pemerintah Indonesia juga meminta Malaysia untuk melakukan klarifikasi resmi atas kasus Tari Pendet. Dan hal itu sudah dilakukan oleh Menlu Malaysia, Anifah dalam sebuah konferensi pers (17/9) di Jakarta yang menyatakan bahwa Tari Pendet milik Indonesia. Anifah juga menjelaskan bahwa pemerintah dan rakyat Malaysia tidak pernah mengklaim Tari Pendet sebagai miliknya, dan penggunaan Tari Pendet dalam iklan “*Enigmatic Malaysia*” merupakan sebuah kekhilafan yang dilakukan oleh *Discovey Channel*.

C. Sejarah Singkat *SKH Kompas*

Menurut ST.Sularto dalam bukunya yang berjudul *Kompas Menulis Dari Dalam*, ide menerbitkan *SKH Kompas* berawal pada awal tahun 1965, dimana

pada saat itu Letjen Ahmad Yani selaku Menteri atau Panglima TNI-AD menelepon rekannya sekabinet, Drs. Frans Seda. Yani melemparkan ide menerbitkan koran melawan pers komunis. Frans Seda menanggapi ide itu, membicarakan dengan Ignatius Josef Kasimo (1900-1986) sesama rekannya di Partai Katolik. Frans Seda menyampaikan tawaran itu kepada PK Ojong dan Jakob Oetama. Pengalaman Jakob Oetama sebagai editor Mingguan Penabur dan PK Ojong sebagai pemimpin redaksi Majalah *Star*, termasuk pengalaman kedua tokoh ini dalam menerbitkan majalah *Intisari*, membuat mereka dapat melihat tantangan besar yang menghadang di depan. Kedua pendiri *SKH Kompas* ini menerima penawaran menerbitkan *SKH Kompas* dengan syarat koran yang diterbitkan bersifat umum, independen terhadap kepentingan politik dan partai politik.⁶⁶

PK Ojong dan Jakob Oetama kemudian menggarap ide tersebut dan mempersiapkan penerbitan koran. Semula nama yang dipilih adalah “Bentara Rakyat”, penggunaan nama itu dimaksudkan untuk menunjukkan kepada masyarakat bahwa pembela rakyat yang sebenarnya bukanlah PKI. Dalam keperluan dinas Frans Seda sebagai Menteri Perkebunan (1964-1966) menghadap Presiden di Istana Merdeka. Soekarno telah mendengar bahwa Seda akan menerbitkan sebuah koran lalu menyarankan nama “*Kompas*” pemberi arah dan jalan dalam mengarungi lautan atau hutan rimba. Maka jadilah nama harian Kompas hingga saat ini, sementara nama Yayasan Bentara Rakyat sebagai penerbit Harian Kompas. Para pendiri yayasan Bentara Rakyat adalah para

⁶⁶ St. Sularto, *Op.Cit.*, hal 52-53.

pemimpin organisasi Katolik seperti : Partai Katolik, Wanita Katolik, PMKRI, dan PK Ojong, pengurus yayasan terdiri dari ketua : I.J. Kasimo, Wakil Ketua : Drs Frans Seda, Peneliti I : F.C. Palaunsuka, Peneliti II : Jakob Oetama, dan Bendahara : PK. Ojong.⁶⁷

Dukungan dari Presiden Soekarno, bantuan pimpinan Angkatan Darat, dan berdirinya yayasan Bentara Rakyat tidak membuat Kompas terbit dengan lancar. Persyaratan terakhir untuk dapat terbit harus ada bukti 3.000 orang pelanggan yang dikeluarkan oleh Kodam Jaya, dianggap sebagai salah satu upaya menghambat terbitnya Kompas. Dalam waktu singkat, Frans Seda berhasil mengumpulkan daftar 3.000 pelanggan lengkap dengan alamat dan tanda tangan. Bagian perijinan Puskodam V Jaya menyerah dan mengeluarkan ijin terbit.

Harian *Kompas* resmi terbit pada tanggal 28 Juni 1965 dengan motto “Amanat Hati Nurani Rakyat”. *SKH Kompas* pertama terbit empat halaman. *Kompas* edisi pertama memasang sebelas berita luar negeri dan tujuh berita dalam negeri di halaman pertama. Berita utama di halaman satu ketika itu berjudul “KAA Ditunda Empat Bulan”. Pojok *Kompas* di kanan bawah mulai memperkenalkan diri, “*Mari ikat hati. Mulai hari ini, dengan....Mang Usil*”. Di halaman pertama, pojok kiri atas tertulis nama, : Pemimpin Redaksi Drs. Jakob Oetama, Staf Redaksi : Drs J Adisubrata, Lie Hwat Nio SH Marcel Beding, TH Susulaastuti, Tan Soei Sing, J. Lambangdjaja, Tan Tik Hong, Th. Ponis Purba, Tinon Prabawa, Edward Liem. Sementara istilah tajuk rencana ketika itu belum ada, namun halaman II ada lahirnya *Kompas*, tajuk surat kabar ini. Di halaman II

⁶⁷ *Ibid.* Hal : 97.

pula terdapat antara lain berita luar negeri dan dua berita dalam negeri. Ditambah tiga artikel, satu diantaranya menyangkut luar negeri. Di halaman ini ada kolom hiburan Senyum Simpul. Halaman III ketika itu antara lain berisi tiga artikel, satu diantaranya mengenai luar negeri. Ada pula alasan mengenai penyakit ayun dari dr.Kompas. Sedangkan halaman IV antara lain berita dan artikel luar negeri dua dan satu dalam negeri. Di halaman ini hanya tercatat dua berita olahraga, satu diantaranya mengenai “*Persiapan Team PSSI ke Pyongyang*”.

Dalam edisi awal, *SKH Kompas* dicetak di Percetakan Negara Eka Grafika dan malamnya dilakukan di Percetakan Negara Eka Grafika. Sejak awal terbit, *SKH Kompas* sering mengalami keterlambatan beredar di masyarakat. Bahkan di beberapa kota, edisi hari ini baru dapat diterima keesokan harinya. Banyaknya kendala dalam hal cetak-mencetak ini sub-judul Kompas “*Harian Pagi Untuk Umum*” diubah menjadi “*Harian untuk Umum*”. Keterlambatan *SKH Kompas* mulai berkurang sejak 6 Oktober 1965, setelah Kompas dicetak di PT Kinta dan lebih pagi setelah dicetak di percetakan milik sendiri di Palmerah Selatan, tahun 1972.

Kedua perintis *SKH Kompas* setiap saat terjun langsung ke bawah. Mereka berusaha agar dari hari ke hari mutu *SKH Kompas* kian baik. Karena itu, setelah sebulan di cetak di Eka Grafika, harian ini kemudian di cetak di Percetakan Masa Merdka Jl.Sangaji, Jakarta. Percetakan ini memang lebih baik. Meskipun sistem settingnya masih cetak timbul, namun percetakannya sendiri sudah menggunakan sistem rotasi. Karena itu, daya cetaknya sudah lebih cepat. Dan memang sejak itulah oplah Kompas naik dari semula 4.800 eksemplar dimasa Era Grafika,

melonjak menjadi 8.003 eksemplar. Pada tanggal 26 Juni 1969 oplah Kompas telah meningkat menjadi 63.747⁶⁸

D. Visi dan Misi SKH Kompas

Berdasarkan buku *Kompas Menulis Dari Dalam*, Sularto menyebutkan visi, misi dan moto dari SKH Kompas. Moto yang dianut adalah “Amanat Hati Nurani Rakyat” di bawah logo SKH Kompas, menggambarkan visi dan misi bagi disuarakannya hati nurani rakyat. SKH Kompas ingin berkembang sebagai institusi pers yang mengedepankan keterbukaan, meninggalkan pengotakan latar belakang suku, agama, ras, dan golongan. SKH Kompas ingin berkembang menjadi “Indonesia Mini”, karena SKH Kompas sendiri adalah lembaga yang terbuka, kolektif ingin ikut serta dalam upaya mencerdaskan bangsa SKH Kompas ingin menempatkan kemanusiaan sebagai nilai tertinggi, mengarahkan fokus perhatian dan tujuan pada nilai-nilai yang transeden atau mengatasi kepentingan kelompok. Rumusan bakunya adalah “*humanisme transcendental*”. “Kata Hati Mata Hati”, pepatah yang kemudian ditemukan, menegaskan semangat *empathy* dan *compassion* Kompas.

D.1 Visi SKH Kompas

“Menjadi Institusi Yang Memberikan Pencerahan Bagi Perkembangan Masyarakat Indonesia Yang Demokratis Dan Bermartabat Serta Menjunjung Tinggi Asas Dan Nilai Kemanusiaan”. Dalam kiprahnya dalam industri pers “Visi Kompas” berpartisipasi membangun masyarakat Indonesia baru berdasarkan

⁶⁸ *Ibid.* Hal : 146 – 149.

Pancasila melalui prinsip *humanisme transcendent* (persatuan dalam perbedaan) dengan menghormati individu dan masyarakat adil dan makmur.⁶⁹

D.2 Misi *SKH Kompas*

“Mengantisipasi Dan Merespon Dinamika Masyarakat Secara Profesional, Sekaligus Memberi Arah Perubahan (*Trend Setter*) Dengan Menyediakan Dan Menyebarkan Informasi Terpercaya”. Menurut Sularto, visi dan misi yang dirumuskan pada tahun 2000 tersebut disatukan pada akhir tahun 2006. Dimana kemudian visi dan misi yang dianut *SKH Kompas* adalah sebagai berikut: “Menjadi agen Perubahan Dalam Membangun Komunitas Indonesia Yang Lebih Harmonis, Toleran, Aman, dan Sejahtera Dengan Mempertahankan Kompas Sebagai *Market Leader* Secara Nasional Melalui Optimalisasi Sumber Daya Serta Sinergi Bersama Mitra Strategis”.

SKH Kompas berperan serta ikut mencerdaskan bangsa, menjadi nomor satu dalam semua usaha diantara usaha-usaha lain yang sejenis dalam kelas yang sama. Hal tersebut dicapai melalui etika usaha bersih dengan melakukan kerjasama dengan perusahaan-perusahaan lain. Hal ini dijabarkan dalam lima sasaran operasional :

- a. Kompas memberikan informasi yang berkualitas dengan ciri : cepat, cermat, utuh, dan selalu, mengandung makna.
- b. Kompas memiliki bobot jurnalistik yang tinggi dan terus dikembangkan untuk mewujudkan aspirasi dan selera terhormat yang

⁶⁹ *Ibid.* Hal : 66.

dicerminkan dalam gaya kompak komunikatif dan kaya nuansa kehidupan dan kemanusiaan.

- c. Kualitas informasi dan bobot jurnalistik dicapai melalui upaya intelektual yang penuh empati dengan pendekatan rasional, memahami jalan pikiran dan argumentasi pihak lain, selalu berusaha mendudukan persoalan dengan penuh pertimbangan tetapi kritis dan teguh pada prinsip.
- d. Berusaha menyebarkan informasi seluas-luasnya dengan meningkatkan tiras.
- e. Untuk dapat merealisasikan visi dan misi Kompas harus memperoleh keuntungan dari usaha. Namun keuntungan yang dicari bukan sekedar demi keuntungan itu sendiri tetapi menunjang kehidupan layak bagi karyawan dan pengembangan usaha sehingga mampu melaksanakan tanggung jawab sosialnya sebagai perusahaan.

E. Gambaran Objek SKH Kompas

Profil *SKH Kompas* :

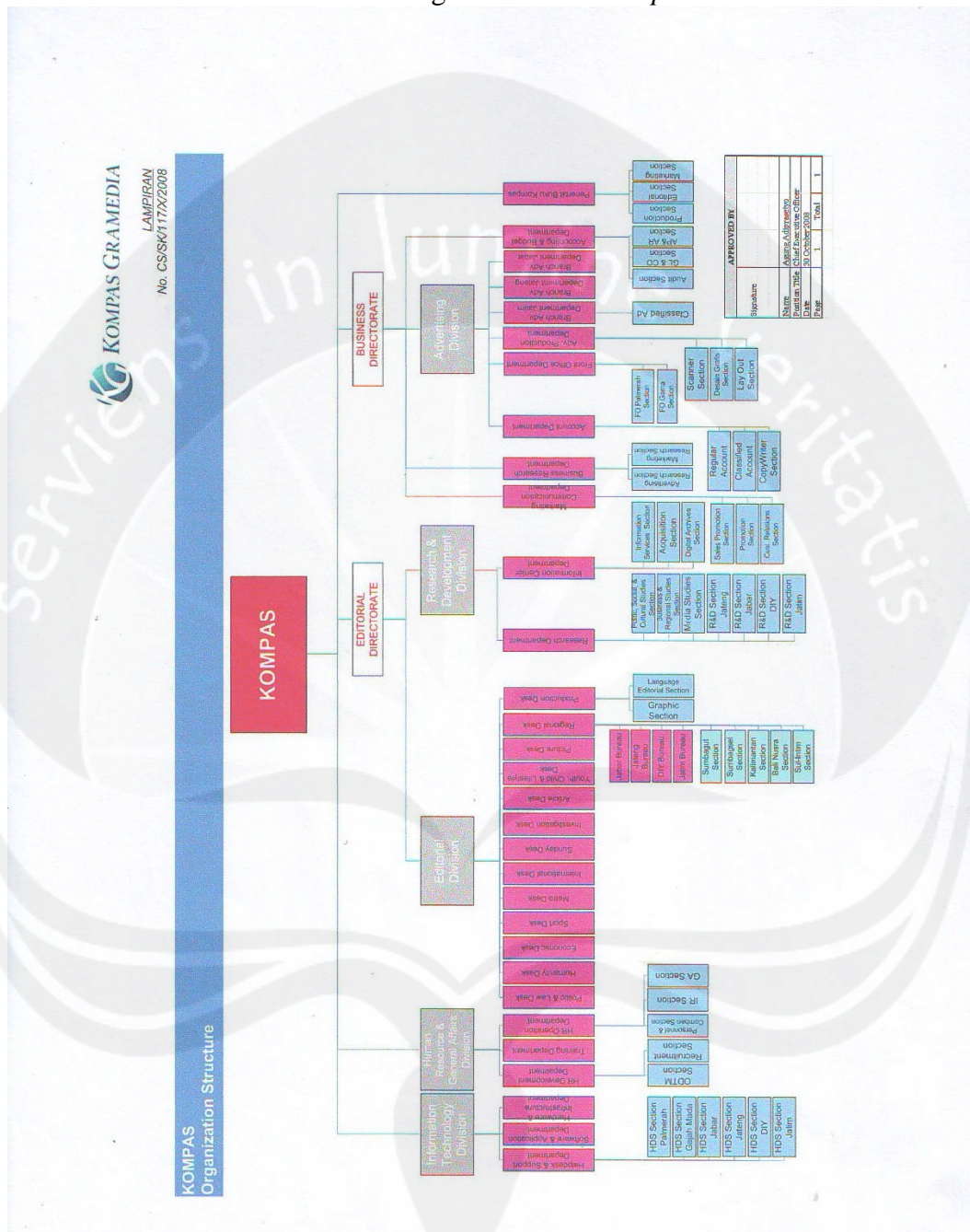
1. Nama Surat Kabar : *Kompas*
2. Sejak Tanggal : 28 Juni 1965
3. Alamat Redaksi : Jl. Palmerah Selatan 26-28, Jakarta 10270.
4. Telepon : Redaksi (021) 5347710
Iklan (021) 53679909
Sirkulasi (021) 53679599

5. Email : Kompas@Kompas.com
6. Website : www.Kompas.com
7. Format : Koran
8. Periode terbit : harian

F. Struktur Organisasi SKH Kompas

PT. Kompas Media Nusantara adalah lembaga media massa yang pemimpin tertinggi dijabat oleh seorang Pemimpin Umum. Pemimpin umum dibantu oleh Wakil Pemimpin Umum Bidang Non Bisnis dan Wakil Pemimpin Umum Bidang Bisnis, lalu ada Pemimpin Redaksi yang bertanggung jawab bidang redaksi, dan Pemimpin Perusahaan yang bertanggung jawab terhadap bidang bisnis. Di bawah pemimpin redaksi ada Redaktur Pelaksana, dan di bawahnya terdapat Kepala Desk, Kepala Biro, dan paling bawah adalah Reporter. Dalam bidang bisnis, di bawah Pemimpin Perusahaan dan General Manager Iklan dan General Sirkulasi, dan General Manajer Marketing Communication. Di antara dua bidang itu, ada bagian penelitian dan pengembangan Direktorat SDM-Umum, dan Teknologi Informasi. Bagian ini bersifat *supporting* dan *supervise* wakil pimpinan umum non bisnis, sementara untuk Pemimpin perusahaan disupervisi Wakil Pemimpin Umum bidang bisnis. Untuk lebih jelas mengenai struktur organisasi, berikut adalah bagan struktur organisasi SKH Kompas.

Bagan 2.1
Struktur Organisasi SKH Kompas



APPROVED BY

Signature: _____

Name: _____
 Title: _____
 Date: _____

No.	1	TOTAL	1
-----	---	-------	---

Pembagian dalam struktur organisasi ini, dimaksudkan untuk memudahkan pembagian sistem kerja “produk” *SKH Kompas* yang dihasilkan itu merupakan hasil kerja sinergis dari unit-unit yang ada dalam struktur organisasi. Produk *SKH Kompas* adalah koran dan berita. Adapun tahap manajemen produk dalam bidang redaksi adalah sebagai berikut :

1. Perencanaan

Dilaksanakan rapat pagi dalam merencanakan berita yang akan dimuat, berdasarkan pada :

- a. Adanya undangan acara yang diterima *SKH Kompas*
- b. Peliputan berita yang ditetapkan di tiap-tiap desk
- c. Penetapan event tertentu, dimana dalam upaya pencarian berita disesuaikan dengan aktualitas peristiwa yang terjadi.

2. Pengorganisasian

Redaktur mengkoordinasikan wartawan-wartawan untuk mencari dan memilih berita sesuai dengan yang direncanakan dalam rapat pagi dan menunjuk wartawannya untuk mengerjakan tugas-tugas pencarian berita tersebut.

3. Pelaksanaan

Dilaksanakan rapat sore untuk menetapkan berita yang akan dimuat dalam surat kabar (dalam bentuk yang belum jadi) dan membuat *headline* berita. Apabila data belum akurat maka akan ditambah atau dicari lagi. Setelah data berita akurat, berita akan disunting oleh desk sunting. Setelah disetujui kemudian akan disunting dalam bentuk

layout koran untuk dicetak. *Deadline* ditetapkan pukul 23.00, percetakan dimulai pukul 01.00 dan dicetak sesuai dengan dengan jumlah oplah.

4. Pengevaluasian

Dilakukan evaluasi di tiap-tiap desk/bidang redaktur, selain mengevaluasi berdasarkan masukan dan pembaca yang menelepon atau mengirimkan fax/email. Evaluasi akan dibahas pula dalam rapat Rabu (rapat mingguan) sebagai dasar perencanaan yang juuga akan dibahas pula dalam rapat pagi. Evaluasi dilihat dari segi :

- a. Pencetakan susunan huruf dan kata-kata
- b. Bentuk dan susunan berita pada setiap halaman
- c. Isi beritanya
- d. Sumber-sumber berita lain selain wartawan dari peneliti-peneliti dan berbagai kantor berita.