

## LAMPIRAN WAWANCARA

### Lampiran 1

#### Identitas Informan 1:

1. Nama : Widhiarto
2. Pekerjaan/Perusahaan : PR Consultant / Agrakom Public Relations
3. Umur : 29
4. Jenis Kelamin : Laki – Laki
5. Pendidikan yang terakhir/sedang ditempuh : S1
6. Telp/E-mail : 0813 15969xxx / [widhi@xxxxxxxx.com](mailto:widhi@xxxxxxxx.com)

#### Pertanyaan-Pertanyaan Survei Kualitatif

*Bagaimana kesan Anda tentang Jawa Pos?*

Jawa Pos adalah salah satu harian yang menjadi referensi bagi penduduk Jawa Timur, khususnya Kota Surabaya. Dengan keberhasilan menciptakan ikatan emosional yang kuat dengan pembacanya, menjadikan Jawa Pos sebagai harian yang paling banyak dibaca di Jawa Timur dan sekitarnya. Saya menilai, keberhasilan menciptakan ikatan emosional ini tidak lepas dari kecocokan karakteristik masyarakat Jawa Timur dengan koran Jawa Pos yang populer, ringkas (*concise*) dan *to the point* dalam ulasan beritanya.

*Bagaimana pendapat Anda tentang bagian yang menarik dari harian Jawa Pos untuk dibaca? Mengapa hal tersebut menarik?*

Saya pribadi paling gemar membaca artikel Jawa Pos yang berada di kolom bawah halaman satu (artikel boks yang merupakan tulisan *feature* alias berita berkisah, bukan *straight news*, umumnya merupakan *human interest* yang ringan). Menurut saya artikel-artikel tersebut menyegarkan untuk dibaca dan berbeda dengan koran lain. Kalau *straight news* (berita langsung), semua media baik cetak atau elektronik, tidak hanya koran, isinya sama.

*Bagaimana pendapat Anda tentang ukuran Jawa Pos yang mungil (young broadsheet), dan kini diikuti oleh Kompas dan Media Indonesia, merupakan keunggulan bagi Jawa Pos? Bagaimana pendapat Anda tentang ukuran lebar 7 kolom ini, apakah tidak mengurangi kesan serius dari Jawa Pos?*

Ukuran mungil yang diterapkan Jawa Pos mencerminkan kecermatan dan kecepatan manajemen Jawa Pos dalam menyikapi informasi awal yang mereka terima. Yang saya ketahui, ukuran mungil disebabkan suplai kertas koran ukuran sebelumnya tidak akan dilakukan lagi. Sebagai gantinya penyuplai kertas koran mengeluarkan ukuran mungil yang saat ini digunakan oleh berbagai harian.

Ukuran mungil juga lebih handy, sehingga ringkas dan mudah dibaca, misalnya di dalam pesawat atau kendaraan, atau sambil tiduran. Ukuran mungil ini tidak mengurangi kesan serius harian, karena serius atau tidaknya suatu harian akan terlihat dari pemilihan topik, penyajian perspektif dari informasi, dan pembahasannya.

*Bagaimana pendapat Anda tentang rubrik khusus anak muda DetEksi (poling dan rubrik khas) merupakan keunggulan dalam menarik pembaca muda? Mengapa? Bagaimana pendapat Anda tentang DetEksi mengurangi kesan serius koran?*

Sebagai koran harian umum, saya melihat Jawa Pos telah berusaha memenuhi kebutuhan pembacanya yang terdiri dari berbagai golongan (plural; tua-muda, multi-etnik dan multi-kepercayaan). DetEksi adalah upaya Jawa Pos mengikat pembaca muda dengan menampilkan topik-topik yang berkaitan dengan dunia anak muda. Sepanjang yang saya tahu Jawa Pos adalah koran pertama yang menyediakan kolom khusus untuk ini, yang kemudian diikuti oleh koran lain. Kompas misalnya. Bedanya dengan koran lain, rubrik DetEksi terbit tiap hari (poling plus rubrik khas). Keberadaan DetEksi tidak akan mengurangi kesan serius Jawa Pos, karena pembaca akan mengerti rubrik ini memang ditujukan untuk pembaca muda usia sekolah. Terkecuali rubrik ini dikelola dengan usaha yang tidak maksimal.

*Dibanding koran-koran lain, bagaimana pendapat Anda tentang kelebihan dan kelemahan Jawa Pos?*

Dari sisi penulisan jurnalistik, kelebihan utama Jawa Pos adalah gaya bahasa yang lugas dalam memaparkan kembali suatu informasi. Seringkali, pembahasaannya ini dipaparkan dengan gaya bercerita kepada pembacanya. Kelemahannya, dibandingkan koran lain yang selevel, masih sering terdapat salah ejaan atau salah ketik di Jawa Pos. Tim redaksi Jawa Pos harus memperbaiki kelemahan ini, bila tak ingin kredibilitasnya menurun.

*Siapakah kompetitor terdekat dari Jawa Pos? Bagaimana pendapat Anda tentang potensi kompetitor ini mengalahkan Jawa Pos? Mengapa?*

Saya akan membedakan Jawa Pos sebagai lembaga pemberitaan/koran dan Jawa Pos sebagai grup media. Sebagai koran, kompetitor Jawa Pos adalah koran yang menyasar target pembaca yang sama seperti Jawa Pos (segmen yang sama). Ini bisa berasal dari koran yang masih berada di dalam satu grup atau koran lain yang bukan termasuk dalam grup Jawa Pos.

Sebagai grup media (Grup Jawa Pos), saya bisa sebut adalah Kelompok Kompas Gramedia (KKG). Kompas misalnya, menyadari betul posisi Jawa Pos yang kokoh di wilayah Jawa Timur. Lalu, Kompas membuat koran khusus edisi Jawa Timur dengan tetap membawa nama besar Kompas untuk menggoyahkan dominasi Jawa Pos di wilayah Jawa Timur. Untuk kalangan atas (high-class) Kompas di Jawa Timur bisa dibilang sukses menjadi referensi bacaan mereka. Namun, hal ini belum begitu berhasil di kalangan menengah dan menengah atas. Golongan ini kelihatannya lebih sreg dengan koran ber-style seperti Jawa Pos.

Secara grup media, baik grup Jawa Pos (JPNN-Jawa Pos News Network) dan grup KKG saling bersaing memperebutkan "kue" pembaca di daerah-daerah melalui harian daerah yang dimiliki oleh masing-masing grup. Di mata pengiklan, masing-masing grup berusaha menonjolkan bahwa media daerah dari grup merekalah yang menjadi *newspaper leader* di masing-masing daerah. Misalnya, di Kalimantan Selatan ada Banjarmasin Post milik KKG dan Radar Banjar (JPNN).

*Bagaimana pendapat Anda tentang aktivitas non-redaksional Jawa Pos, seperti sumbangan pembaca untuk koran tsunami, aktivitas DetEksi basketball, lomba mading DetEksi, mensponsori Program Surabaya Green and Clean, mensponsori Tertib Lalu Lintas Jahur Kiri di Surabaya dan lain-lain, akan dinilai positif oleh pembaca? Mengapa?*

Aktivitas semacam itu baik sekali. Di mata warga Surabaya dan pembaca Jawa Pos, ini menghasilkan citra bahwa Jawa Pos sebagai perusahaan tidak hanya berorientasi bisnis, dan bahkan akan mempererat *bounding* antara Jawa Pos dan pembacanya.

*Bagaimana pendapat Anda tentang seberapa penting dan bagaimana peran CEO Dahlan Iskan dalam membentuk citra Jawa Pos?*

Sebagai penggagas dan pendiri Jawa Pos, Dahlan Iskan sangat berperan dalam pembentukan citra Jawa Pos. Figur Dahlan Iskan sebagai jurnalis berpengalaman dan kesederhanaan serta aktivitas non-redaksionalnya sehari-hari membuat Jawa Pos sebagai salah satu koran terpendang.

Tetapi, untuk tetap bertahan dan menjadi salah satu pemimpin di bisnis media, Jawa Pos memerlukan lebih dari sekedar figur Dahlan Iskan. *Good governance* adalah syarat mutlak yang harus dipenuhi manajemen Jawa Pos.

*Bagaimana gaya tulisan, rubrikasi, layout, dan penjudulan Jawa Pos?*

Tidak bisa dipungkiri, bahwa masing-masing media/koran memiliki gaya penulisannya sendiri. Hanya menurut saya, pada Jawa Pos, perlu ditingkatkan penulisan yang sesuai dengan EYD (ejaan yang disempurnakan). Apalagi kesalahan ketik, karena kesalahan ini sangat kasat mata bagi pembaca.

Layout agar diperhalus antara satu artikel dengan yang lain, terutama halaman yang merupakan berita sambungan, sehingga pembaca lebih mudah mencari sambungan tersebut. Penjudulan agar dikurangi yang berbau bombastis/sensasi, tapi mempertahankan akurasi tinggi dalam pemberitaan. Tentunya, tetap dengan cara yang mengundang minat membaca Jawa Pos.

*Bagaimana pendapat Anda tentang kesalahan ejaan dan penulisan yang tidak baku atau tidak seragam/konsisten dalam koran Jawa Pos mempengaruhi imej kredibilitas koran ini?*

Menurut saya, akan sangat mempengaruhi, karena itu agar diperbaiki. Pengaruh ini signifikan pada mereka yang mengerti tentang ejaan yang benar. Kesalahan ejaan bagi golongan pembaca ini akan mengurangi persepsi mereka terhadap kredibilitas Jawa Pos. Apalagi jika dalam satu artikel ada dua kata yang sama yang berbeda penulisan ejaannya. Pembaca yang kritis akan menilai negatif dan menjadi bingung dengan perbedaan tulisan dua kata dalam satu artikel ini.

*Bagaimana pendapat Anda tentang Jawa Pos yang tetap terbit non-stop (termasuk di hari libur), merupakan keunggulan dibanding koran lain? Mengapa?*

Terbit di hari libur adalah terobosan Jawa Pos untuk memenuhi kebutuhan informasi pembacanya di hari libur. Ini satu hal yang tidak dilakukan oleh koran lain. Tetapi, manajemen Jawa Pos perlu melakukan survei khusus untuk mengetahui apakah kebijakan tetap terbit non-stop itu efektif menyentuh target pembaca.

*Bagaimana pendapat Anda tentang porsi iklan yang cukup besar di Jawa Pos dan mengurangi porsi artikel berita akan mengurangi apresiasi pembaca terhadap koran ini? Mengapa?*

Salah satu tanda koran dipercaya adalah banyaknya peminat iklan pada koran tersebut. Dan, Jawa Pos berhasil menunjukkan kepercayaan itu. Iklan merupakan sumber pendapatan media agar kemudian media tersebut dapat terus beroperasi. Saya setuju apabila penempatan iklan yang besar di Jawa Pos tidak diikuti dengan pengurangan porsi artikel berita. *Toh*, artikel berita yang baik-lah yang menjadikan koran tersebut menjadi "a must read" media. Dari sini, pembaca akan tertarik membaca Jawa Pos, menaikkan oplah dan kemudian akan menarik/menentukan para pengiklan untuk memilih media tempat mereka beriklan.

*Dengan oplah minimal 300.000 eksemplar perhari, tapi dengan sirkulasi utama di Jawa Timur, apakah koran Jawa Pos dipandang sebagai koran nasional? Mengapa?*

Menurut saya menjadi koran nasional kurang ditentukan oleh besar jumlah eksemplar per harinya, tapi lebih ditentukan oleh luas distribusi koran tersebut. Apakah Jawa Pos (bukan sebagai grup) saat ini didistribusikan di luar Jawa Timur dan jumlahnya cukup signifikan pula? Kalau tidak, maka Jawa Pos bukanlah koran nasional, tetapi koran daerah yang sangat berpengaruh di daerah Jawa Pos didistribusikan, yakni Jawa Timur.

*Bagaimana pendapat Anda tentang Jawa Pos sebagai koran yang menarget pembaca kelas menengah/menengah atas? Sudahkah ideal? Mengapa?*

Ideal. Rubrikasi yang ditampilkan cukup beragam dan sudah mengarah kepada para pembaca kelas ini.

## Lampiran 2

### Identitas Informan 2:

1. Nama : Jos Kurniawan
2. Pekerjaan/Perusahaan : Marketing Staff/ PT. Acer Indonesia
3. Umur : 33 tahun
4. Jenis Kelamin : Laki-laki
5. Pendidikan yang terakhir/sedang ditempuh : S2
6. Telp/E-mail : 031-5315xxx / xxxkurniawan@acer.co.id

### Pertanyaan-Pertanyaan Survei Kualitatif

*Bagaimana kesan Anda tentang Jawa Pos?*

Baik. Jawa Pos mencitrakan koran yang ringan, populer tapi tidak murahan. Sehingga, cocok menggarap segmen kelas menengah dan atas yang menginginkan koran yang tidak terlalu serius dan menghibur. Meskipun dari beberapa aspek, seperti akurasi tulisan masih perlu diperbaiki.

*Bagaimana pendapat Anda tentang bagian yang menarik dari harian Jawa Pos untuk dibaca? Mengapa hal tersebut menarik?*

Iklan. Di antara semua koran yang terbit dari Jawa Timur, Jawa Pos adalah satu-satunya koran yang memberikan informasi iklan dengan lengkap untuk coverage Jawa Timur. Sebagian besar iklan nasional yang muncul di koran-koran terbitan Jakarta, muncul pula di Jawa Pos. Iklan tersebut dilengkapi dengan iklan lokal Jatim, Surabaya dan lokal daerah melalui terbitan Radar-Radar di seluruh Jawa Timur.

*Bagaimana pendapat Anda tentang ukuran Jawa Pos yang mungil (young broadsheet), dan kini diikuti oleh Kompas dan Media Indonesia, merupakan keunggulan bagi Jawa Pos? Bagaimana pendapat Anda tentang ukuran lebar 7 kolom ini, apakah tidak mengurangi kesan serius dari Jawa Pos?*

Ukuran young broadsheet tujuh kolom yang dipelopori Jawa Pos di Indonesia tersebut cukup ringkas untuk dibaca, tidak terlalu lebar jika dibuka dua halaman penuh. Ukuran lebar tujuh kolom ini juga tidak mengurangi kesan serius dari Jawa Pos. Terbukti, koran-koran nasional terbitan Jakarta seperti Kompas, Media Indonesia dan Republika juga mengecilkan ukuran mereka.

*Bagaimana pendapat Anda tentang rubrik khusus anak muda DetEksi (poling dan rubrik khas) merupakan keunggulan dalam menarik pembaca muda? Mengapa? Bagaimana pendapat Anda tentang DetEksi mengurangi kesan serius koran?*

DetEksi adalah inovasi khas Jawa Pos yang tidak dimiliki oleh koran lain. Namun, saya berpendapat inovasi DetEksi di sisi lain juga membuat segmentasi dari koran Jawa Pos menjadi kurang fokus. Kesannya menjadi semacam tabloid untuk anak muda. Memang, dengan DetEksi, Jawa Pos menjadi memiliki kelebihan dalam menarik pembaca yang berasal dari kalangan siswa/i sekolahan untuk tertarik membaca koran Jawa Pos.

*Dibanding koran-koran lain, bagaimana pendapat Anda tentang kelebihan dan kelemahan Jawa Pos?*

Kelebihan Jawa Pos adalah jumlah pembaca yang paling besar di Jawa Timur. Dengan oplah 300 ribuan eksemplar lebih per hari, dan sebagian besar sirkulasinya beredar di Jawa Timur, Jawa Pos menjadi market leader dan rujukan baik bagi pembaca atau pemasang iklan. Terlebih koran Kompas yang telah masuk ke Jawa Timur, belum begitu mampu mengisi kekosongan berita-berita lokal seputar Surabaya dan Jawa Timur seperti yang telah dilakukan oleh rubrik Metropolis Jawa Pos.

Kelemahannya, iklan Jawa Pos –untuk kategori iklan nasional-- menurut saya masih tergolong lebih mahal dibanding harian lain seperti Kompas. Karena bagaimana pun coverage Jawa Pos masih terkonsentrasi di Jawa Timur. Berbeda dengan sirkulasi koran Kompas yang lebih luas dan menasional.

*Siapakah kompetitor terdekat dari Jawa Pos? Bagaimana pendapat Anda tentang potensi kompetitor ini mengalahkan Jawa Pos? Mengapa?*

Kompas. Bisa saja Kompas merebut posisi market leader dari Jawa Pos bila mereka konsisten dan mampu untuk meliput berita-berita Surabaya dan Jawa Timur seperti Jawa Pos. Tentu dengan harga dan tebal halaman lebih bersaing. Perubahan Kompas menjadi lebih kecil, artikel tulisan yang lebih singkat, dan warna-warna yang menarik di setiap halamannya, menurut saya sedikit mendekati posisi Jawa Pos. Meski secara umum, Kompas masih masuk kategori koran kalangan atas.

*Bagaimana pendapat Anda tentang aktivitas non-redaksional Jawa Pos, seperti sumbangan pembaca untuk koran tsunami, aktivitas DetEksi basketball, lomba mading DetEksi, mensponsori Program Surabaya Green and Clean, mensponsori Tertib Lalu Lintas Jalur Kiri di Surabaya dan lain-lain, akan dinilai positif oleh pembaca? Mengapa?*

Cukup bagus untuk menjaga brand image. Kegiatan-kegiatan tersebut akan memperkuat posisi Jawa Pos sebagai korannya warga Surabaya dan Jawa Timur, karena menunjukkan kepedulian Jawa Pos terhadap lokalitas daerahnya. Tentu sesuai dengan kegiatannya masing-masing. Misalnya, DetEksi basketball akan mendekatkan pembaca siswa sekolah dengan halaman DetEksi.

*Bagaimana pendapat Anda tentang seberapa penting dan bagaimana peran CEO Dahlan Iskan dalam membentuk citra Jawa Pos?*

Cukup penting untuk dapat tetap mempertahankan posisi Jawa Pos di Jawa Timur. Saya melihat tulisan-tulisan Dahlan Iskan –yang di antaranya mengekspos aktivitas Dahlan di luar redaksional Jawa Pos--berperan penting dalam membentuk citra positif Jawa Pos. Namun, di luar itu, peran Dahlan tidak terlalu terlihat kasat mata bagi para pembaca koran Jawa Pos

*Bagaimana gaya tulisan, rubrikasi, layout, dan penjudulan Jawa Pos?*

Cukup mudah dicerna untuk semua golongan pembaca. Dari sisi gaya tulisan, rubrikasi, layout, dan penjudulan, Jawa Pos terlihat berupaya memosisikan dirinya sebagai koran populer yang ringan dibaca, baik oleh kalangan menengah atas maupun kalangan bawah. Tentu ada keterbatasan-keterbatasan, dari kelebihan ini. Misalnya, tidak semua rubrik

untuk kalangan menengah atas pas untuk dibaca kalangan menengah bawah. Sebaliknya, rubrik tertentu yang lebih cocok di kalangan menengah atas, karena diulas sepopuler mungkin agar mudah dimengerti, dipandang menjadi kurang dalam bagi kalangan atas.

*Bagaimana pendapat Anda tentang kesalahan ejaan dan penulisan yang tidak baku atau tidak seragam/konsisten dalam koran Jawa Pos mempengaruhi imej kredibilitas koran ini?*

Yang penting isi dari berita dan kebenarannya. Wartawan dan editor di Jawa Pos harus bisa menghasilkan berita yang berakurasi tinggi. Soal penulisan ejaan, kadangkala pembaca juga tidak tahu (mengerti) baku tidaknya.

*Bagaimana pendapat Anda tentang Jawa Pos yang tetap terbit non-stop (termasuk di hari libur), merupakan keunggulan dibanding koran lain? Mengapa?*

Baik sekali dan menjadi salah satu keunggulan di saat koran lain tidak dapat memberikan informasi penting yang diperlukan, karena sedang libur. Padahal, di saat liburlah, kesempatan untuk membaca koran menjadi lebih banyak.

*Bagaimana pendapat Anda tentang porsi iklan yang cukup besar di Jawa Pos dan mengurangi porsi artikel berita akan mengurangi apresiasi pembaca terhadap koran ini? Mengapa?*

Iklan justru merupakan salah satu kekuatan dari Jawa Pos. Seperti yang telah saya terangkan sebelumnya. Misalnya seperti Iklan Jitu sudah merupakan tempat mengiklankan barang/jasa yang paling diminati orang, karena paling lengkap untuk dipakai sebagai referensi di Surabaya dan Jawa Timur. Meski iklan yang terlalu berlebihan, tanpa penambahan halaman untuk menampungnya, bagi sebagian pembaca juga merugikan, karena mengurangi kesempatan untuk membaca artikel dari halaman yang dipenuhi iklan.

*Dengan oplah minimal 300.000 eksemplar perhari, tapi dengan sirkulasi utama di Jawa Timur, apakah koran Jawa Pos dipandang sebagai koran nasional? Mengapa?*

Tidak. Saya menilai saat ini untuk lingkup nasional masih lebih condong ke koran Kompas. Namun, hingga kini Jawa Pos memiliki kelebihan berita-berita Surabaya – melalui halaman Metropolis--dan Jawa Timur –melalui halaman Jawa Timur dan terbitan Radar-Radar di seluruh Jawa Timur. Kelebihan ini hingga sekarang masih belum mampu ditandingi oleh halaman edisi Jawa Timur yang diterbitkan oleh Kompas.

*Bagaimana pendapat Anda tentang Jawa Pos sebagai koran yang menarget pembaca kelas menengah/menengah atas? Sudahkah ideal? Mengapa?*

Sangat tepat, karena untuk kelas menengah ke bawah, secara spesifik lebih didominasi tabloid yang isinya lebih banyak berita sensasi. Meski banyak pula kalangan menengah ke bawah yang membaca Jawa Pos karena isinya yang ringan dan populer itu. Terlebih Jawa Pos menyediakan satu seksi khusus untuk membahas olahraga yang sangat digemari oleh kalangan ini.

### Lampiran 3

#### Identitas Informan 3:

1. Nama : Irma Nazar
2. Pekerjaan/Perusahaan : Media Relation Officer / PT. Datascrip Jkt
3. Umur : 29 tahun
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Pendidikan yang terakhir/sedang ditempuh : D3 Sastra UI / sedang meneruskan S1
6. Telp/E-mail : 021 – 6544xxx / xxxx.xxxxx@datascrip.co.id

#### Pertanyaan-Pertanyaan Survei Kualitatif

*Bagaimana kesan Anda tentang Jawa Pos?*

Kesan yang paling kuat bagi saya adalah bahwa Jawa Pos merupakan grup media yang cukup besar dan berpengaruh di Indonesia. Selain Jawa Pos sebagai kapal induknya, media-media grup Jawa Pos (cetak dan elektronik) tersebar luas di seluruh Indonesia.

*Bagaimana pendapat Anda tentang bagian yang menarik dari harian Jawa Pos untuk dibaca? Mengapa hal tersebut menarik?*

Yang paling menarik menurut saya di Jawa Pos adalah berita-berita yang berbau politik (tidak hanya halaman politik saja, tapi juga di halaman lain, seperti halaman 1). Berita-berita tersebut tidak bertele-tele alias *straight to the point*.

*Bagaimana pendapat Anda tentang ukuran Jawa Pos yang mungil (young broadsheet), dan kini diikuti oleh Kompas dan Media Indonesia, merupakan keunggulan bagi Jawa Pos? Bagaimana pendapat Anda tentang ukuran lebar 7 kolom ini, apakah tidak mengurangi kesan serius dari Jawa Pos?*

Memang ukuran koran sebaiknya seperti Jawa Pos yang mungil. Tapi jumlah halaman yang terlalu banyak tetap berpotensi menyulitkan pembaca untuk membacanya di tempat/kendaraan umum karena kesulitan untuk membolak-balik halaman. Sehingga, jumlah halaman koran yang tidak terlalu tebal seperti Jawa Pos juga cukup ideal. Untuk kesan serius, saya tidak menilai dari ukuran media, tapi lebih ke arah bobot tulisannya. Dan, menurut saya, bobot tulisan ini sudah baik di Jawa Pos.

*Bagaimana pendapat Anda tentang rubrik khusus anak muda DetEksi (poling dan rubrik khas) merupakan keunggulan dalam menarik pembaca muda? Mengapa? Bagaimana pendapat Anda tentang DetEksi mengurangi kesan serius koran?*

Kesan serius pada koran Jawa Pos terutama saya tangkap di halaman politik dan ekonomi-bisnis. Di sisi lain, saya melihat kalau manajemen redaksi Jawa Pos juga ingin merengkuh berbagai segmen pembaca sekaligus. Karena itu, tidak mengherankan kalau rubrikasi di Jawa Pos menjadi banyak. Tentang halaman anak muda DetEksi, bagi saya pribadi terasa kurang menarik. Kalau saya menjadi anak muda atau usia remaja, saya akan lebih menyukai khusus membeli majalah remaja dibanding membacanya topik-topik lifestyle tentang remaja di koran harian. Karena ulasan-ulasannya tentu lebih lengkap, karena majalah remaja memang dikhususkan untuk membahas topik-topik tersebut.



*Dibanding koran-koran lain, bagaimana pendapat Anda tentang kelebihan dan kelemahan Jawa Pos?*

Kelebihan Jawa Pos adalah isinya variatif, bisa dibaca pula untuk orang dewasa, selain DetEksi-nya yang untuk kaum muda itu. Tapi mungkin karena halaman-halaman di Jawa Pos yang sudah diatur untuk menjangkau berbagai usia pembaca tersebut, kadang artikelnya tidak *up to date*. Contoh, untuk rubrik remaja (DetEksi), saya melihat terkadang isinya mengulas sesuatu yang sejatinya tidak penting untuk dibahas. Sehingga, mengurangi daya tariknya untuk dibaca.

Menurut saya, karena sebagian besar pembaca koran adalah orang dewasa dan bukan remaja, seharusnya DetEksi seharusnya juga bisa dibaca oleh orang tua. Misalnya DetEksi membahas bagaimana mengatasi problem remaja dan pendewasaannya, serta mengulas perkembangan-perkembangan terbaru dunia remaja. Namun, DetEksi tetap merupakan inovasi yang bagus untuk menarik pembaca muda. Karena pembaca remaja sebagian besar tidak tertarik dengan berita-berita serius seperti politik atau ekonomi bisnis.

*Siapakah kompetitor terdekat dari Jawa Pos? Bagaimana pendapat Anda tentang potensi kompetitor ini mengalahkan Jawa Pos? Mengapa?*

Kompas. Grup Kompas juga sudah mulai masuk ke seluruh wilayah Indonesia seperti juga Jawa Pos. Kelebihan Kompas sangat konsisten dalam kualitas pemberitaannya. Di tempat saya, Jakarta, Kompas sudah terbukti memiliki *market share* paling tinggi.

Saya sendiri meski sudah mendapat berita dari media lain (sebagian besar berita-berita politik dan ekonomi), pasti saya akan cari lagi di koran Kompas. Karena sisi (angle) pemberitaan yang diambil Kompas lebih menarik dan *in-depth* (kedalaman) juga lebih lengkap. Sebaliknya, kalau sudah mengetahui berita tersebut dari Kompas, saya tidak perlu lihat media lain untuk mengetahui lebih dalam.

Kalau Jawa Pos, saya sulit sekali mendapatkannya di Kota Jakarta. Kecuali kalau secara khusus berlangganan (kebanyakan media relation officer membeli atau berlangganan juga koran-koran daerah tertentu di kantornya untuk aktivitas pemantauan; *media audit*). Dan untuk representatif Jawa Pos di Jakarta (Indo Pos, harian Jawa Pos edisi Jakarta), dari segi kualitas penulisan masih jauh di bawah kelas Jawa Pos maupun Kompas.

*Bagaimana pendapat Anda tentang aktivitas non-redaksional Jawa Pos, seperti sumbangan pembaca untuk koran tsunami, aktivitas DetEksi basketball, lomba mading DetEksi, mensponsori Program Surabaya Green and Clean, mensponsori Tertib Lalu Lintas Jalur Kiri di Surabaya dan lain-lain, akan dinilai positif oleh pembaca? Mengapa?*

Karena berada di Jakarta, saya tidak terlalu tahu tentang program tersebut. Tapi, program-program seperti ini biasanya efektif untuk mendekatkan media dengan masyarakat pembacanya.

*Bagaimana pendapat Anda tentang seberapa penting dan bagaimana peran CEO Dahlan Iskan dalam membentuk citra Jawa Pos?*

Dahlan Iskan adalah tokoh di balik Jawa Pos. Dahlan *is the man*. Jawa Pos adalah Dahlan Iskan. Dia-lah yang membentuk dan “menjamin” kualitas Jawa Pos hingga mencapai taraf seperti yang saat ini.

*Bagaimana gaya tulisan, rubrikasi, layout, dan penjudulan Jawa Pos?*

Beberapa kali saya pernah membaca penjudulan di Jawa Pos yang agak berkesan *cheap*. Padahal seharusnya untuk media cetak sekelas Jawa Pos, sebisa mungkin para redaktornya untuk tidak menggunakan judul seperti itu. Para redaktur Jawa Pos seharusnya membuat judul yang *get the attention*, tapi tetap elegan.

Sedangkan dari sisi rubrikasi sangat lengkap, sehingga Jawa Pos cocok untuk dibaca oleh setiap umur dan kalangan. Pun, gaya bahasanya memang saya lihat lebih *down to earth*, mudah dimengerti dan langsung bisa ditangkap oleh benak pembacanya. Kalau layout, saya menilai kadang suka terlalu rame, posisi foto dan tulisannya kadang tidak asri dipandang oleh mata pembaca.

*Bagaimana pendapat Anda tentang kesalahan ejaan dan penulisan yang tidak baku atau tidak seragam/konsisten dalam koran Jawa Pos mempengaruhi imej kredibilitas koran ini?*

Secara langsung, kesalahan ejaan dan penulisan tidak akan mempengaruhi kredibilitas koran. Namun, karena saya juga pernah menjadi *copywriter* sebuah media di Jakarta, tentu kalau ini terjadi akan mengecewakan. Tetapi, sejauh ini saya perhatikan Jawa Pos untuk hal itu cukup terjaga. Juga untuk penulisan tidak baku, menurut saya lumrah saja. Terutama bisa redaktur ingin mempertajam maksud atau tekanan yang ingin dituju.

Betapapun, alangkah baiknya jika memakai bahasa Indonesia baku, karena menurut saya di sini peran penting media, *how to educate the society* tentang pemakaian bahasa Indonesia yang baik dan benar. Saya saja masih suka keliru memakai bahasa Indonesia yang baik dan benar. Sehingga, acuan saya untuk penulisan sering kali justru lewat media massa. Nah, Jawa Pos salah satunya saya lihat cukup baik untuk pemakaian bahasa Indonesia. Meski terkadang masih ada satu atau dua kesalahan.

*Bagaimana pendapat Anda tentang Jawa Pos yang tetap terbit non-stop (termasuk di hari libur), merupakan keunggulan dibanding koran lain? Mengapa?*

Tentu saja itu merupakan suatu keunggulan. Bagi pembaca, hari libur bukan berarti tidak perlu *meng-up to date* berita. Itulah justru salah satu keunggulan Jawa Pos untuk meraih *readership* yang tinggi.

*Bagaimana pendapat Anda tentang porsi iklan yang cukup besar di Jawa Pos dan mengurangi porsi artikel berita akan mengurangi apresiasi pembaca terhadap koran ini? Mengapa?*

Sampai sekarang sih layout sesekali saya lihat tidak asri dipandang mata. Yakni, antara foto, iklan dan tulisan. Apalagi mungkin karena banyaknya iklan di Jawa Pos. Banyaknya iklan inilah yang menjadikan koran Jawa Pos semakin tebal. Tapi hal tersebut tidak menjadi soal selama kualitas penulisan tetap terjaga. Lagi pula, iklan yang indah justru juga memperindah tampilan koran.

*Dengan oplah minimal 300.000 eksemplar perhari, tapi dengan sirkulasi utama di Jawa Timur, apakah koran Jawa Pos dipandang sebagai koran nasional? Mengapa?*

Tentu saja Jawa Pos adalah koran nasional, bukan dilihat dari oplah saja, tapi juga *readership*-nya yang sudah pasti berlipat-lipat dari angka tersebut. Penyebarannya pun bukan hanya di Jawa Timur saja, meski sebagian besar memang masih terkonsentrasi di sana. Saya yang di Jakarta saja masih bisa menerima koran tersebut, meski secara eceran sangat sulit mendapatkan Jawa Pos (bukan Indo Pos, red).

*Bagaimana pendapat Anda tentang Jawa Pos sebagai koran yang menarget pembaca kelas menengah/menengah atas? Sudahkah ideal? Mengapa?*

Sudah cukup ideal, tapi mungkin untuk rubrikasi *lifestyle*-nya (termasuk DetEksi) yang masih kurang bergaya *upper class*. Untuk hal ini, sebaiknya gaya bahasa Jawa Pos diarahkan ke sana.

## Lampiran 4

### Identitas Informan 4:

1. Nama : Herry S.W.
2. Pekerjaan/Perusahaan : Praktisi seluler / HSW
3. Umur : 29 tahun
4. Jenis Kelamin : Laki-laki
5. Pendidikan yang terakhir/sedang ditempuh : D3 Marketing
6. Telp/E-mail : 081833 9xxx/hsw@hswxxxx.com

### Pertanyaan-Pertanyaan Survei Kualitatif

#### *Bagaimana kesan Anda tentang Jawa Pos?*

Jawa Pos merupakan sebuah media cetak yang dinamis, terbit dari Surabaya, dan memiliki gaya penulisan yang relatif enak dibaca. Begitu mendengar kata Jawa Pos, yang terbayang bukan hanya sebuah koran. Namun, juga jaringan pemberitaan yang luas dan cukup kuat.

#### *Bagaimana pendapat Anda tentang bagian yang menarik dari harian Jawa Pos untuk dibaca? Mengapa hal tersebut menarik?*

Ada dua bagian umum yang menurut saya menarik. Pertama, halaman Ekonomi Bisnis. Halaman itu menarik untuk disimak karena menurunkan tulisan tentang informasi terkini seputar ekonomi, yang tidak hanya berkuat pada kejadian di Jakarta.

Bagian kedua yang tak kalah menarik ialah iklan, yang bagi kebanyakan pembaca lain justru merugikan. Dengan rutin mengamati iklan di Jawa Pos, dalam hal ini iklan display, saya bisa mengetahui perkembangan terkini dari berbagai produk yang membanjiri pasar. Informasi lebih detail bisa saya peroleh dengan membaca Komunikasi Bisnis atau advertorial lain.

Sementara itu, dengan rajin memelototi iklan baris, saya bisa mengetahui harga terkini dari berbagai produk elektronik, khususnya ponsel.

#### *Bagaimana pendapat Anda tentang ukuran Jawa Pos yang mungil (young broadsheet), dan kini diikuti oleh Kompas dan Media Indonesia, merupakan keunggulan bagi Jawa Pos? Bagaimana pendapat Anda tentang ukuran lebar 7 kolom ini, apakah tidak mengurangi kesan serius dari Jawa Pos?*

Dengan tujuh kolom, koran lebih enak dipegang. Saya bisa membaca dengan lebih nyaman. Tangan tak merasa berat atau pegal. Kalau kebetulan saya sedang membacanya di tempat umum, ukuran tujuh kolom tak sampai mengusik orang lain di samping saya.

Ukuran tujuh kolom menurut saya tak sampai menghilangkan kesan serius. Apalagi, Jawa Pos kan memang dari dulu bukan tergolong koran serius.

*Bagaimana pendapat Anda tentang rubrik khusus anak muda DetEksi (poling dan rubrik khas) merupakan keunggulan dalam menarik pembaca muda? Mengapa? Bagaimana pendapat Anda tentang DetEksi mengurangi kesan serius koran?*

DetEksi memang merupakan salah satu kelebihan Jawa Pos dalam menarik pembaca muda. Tetapi, menurut saya, hal itu hanya efektif untuk menarik pembaca muda yang masih duduk di bangku SMU/SMK dan SLTP akhir. Efektivitasnya untuk mahasiswa perlu dipertanyakan. Sebab, bagi mahasiswa gaya bahasa DetEksi bukan mustahil telah dirasa tidak pas untuk mereka.

DetEksi tak sampai mengurangi kesan serius koran. Pembaca tentu paham bahwa itu adalah halaman anak muda sehingga penyajiannya tentu tidak serius.

*Dibanding koran-koran lain, bagaimana pendapat Anda tentang kelebihan dan kelemahan Jawa Pos?*

Kelebihan: ukuran yang lebih handy, penyajian yang tidak terlalu serius, dan layout yang variatif.

Kekurangan: berita seringkali kurang dalam bila dibandingkan dengan koran lain (kecuali tentang olahraga), akurasi kadang patut dipertanyakan.

*Siapakah kompetitor terdekat dari Jawa Pos? Bagaimana pendapat Anda tentang potensi kompetitor ini mengalahkan Jawa Pos? Mengapa?*

Surya dan Kompas. Bedanya, Surya menurut saya membidik segmen sedikit di bawah Jawa Pos, sedangkan Kompas sedikit di atas. Jadi, baik Surya maupun Kompas sebenarnya tidak *head to head* dengan Jawa Pos.

Potensi Surya mengalahkan Jawa Pos cukup sulit, mengingat cara penulisan dan perwajahan Surya masih jauh kalah prima dibandingkan Jawa Pos. Apalagi, jika Jawa Pos lantas memposisikan Radar Surabaya untuk menghadang Surya.

Sedangkan potensi Kompas cukup besar. Apalagi, bila Kompas dapat mengubah formatnya menjadi tak seserius sebelumnya. Perwajahan baru dan ukuran baru Kompas merupakan suatu langkah nyata yang bisa membahayakan kiprah Jawa Pos.

*Bagaimana pendapat Anda tentang aktivitas non-redaksional Jawa Pos, seperti sumbangan pembaca untuk koran tsunami, aktivitas DetEksi basketball, lomba mading DetEksi, mensponsori Program Surabaya Green and Clean, mensponsori Tertib Lalu Lintas Jalur Kiri di Surabaya dan lain-lain, akan dinilai positif oleh pembaca? Mengapa?*

Ya, pembaca akan menilainya secara positif. Mereka bakal memandang Jawa Pos peduli lingkungan, peduli anak muda, peduli lalu lintas, dll.

*Bagaimana pendapat Anda tentang seberapa penting dan bagaimana peran CEO Dahlan Iskan dalam membentuk citra Jawa Pos?*

Jawa Pos memang identik dengan Dahlan Iskan. Namun, menurut saya, peran Dahlan dalam membentuk citra (yang positif) terhadap Jawa Pos tidak terlalu kentara. Jawa Pos telah menjadi suatu *brand* tersendiri yang mewakili suatu jaringan pemberitaan yang luas dan berpusat di Surabaya.

*Bagaimana gaya tulisan, rubrikasi, layout, dan penjudulan Jawa Pos?*

Atraktif, tidak terlalu serius, dan lebih enak dibaca daripada koran harian lain.

*Bagaimana pendapat Anda tentang kesalahan ejaan dan penulisan yang tidak baku atau tidak seragam/konsisten dalam koran Jawa Pos mempengaruhi imej kredibilitas koran ini?*

Saya yakin mayoritas pembaca tidak memedulikan hal itu. Mungkin mereka memang tak mau tahu, mungkin pula (ini yang lebih banyak) pembaca tidak mengetahui cara penulisan yang benar. Toh, secara jangka panjang, tetap ada image yang terbentuk. Yakni, dalam hal bahasa, Jawa Pos lebih buruk daripada Kompas.

*Bagaimana pendapat Anda tentang Jawa Pos yang tetap terbit non-stop (termasuk di hari libur), merupakan keunggulan dibanding koran lain? Mengapa?*

Ya. Saat ini informasi terus mengalir setiap waktu tanpa libur. Ketika koran lain memutuskan libur sedangkan Jawa Pos tetap terbit, otomatis hal itu menjadi kelebihan. Pembaca Jawa Pos tak sampai ketinggalan informasi terkini yang terjadi.

*Bagaimana pendapat Anda tentang porsi iklan yang cukup besar di Jawa Pos dan mengurangi porsi artikel berita akan mengurangi apresiasi pembaca terhadap koran ini? Mengapa?*

Bagi kebanyakan pembaca hal itu mungkin mengesalkan. Namun, bagi saya justru hal itu menguntungkan. Seperti saya paparkan sebelumnya, iklan merupakan salah satu bagian yang menurut saya justru paling menarik dari Jawa Pos. Dengan mengamati iklan di koran itu, saya bisa mengikuti perkembangan produk terbaru dan update harga ponsel.

*Dengan oplah minimal 300.000 eksemplar perhari, tapi dengan sirkulasi utama di Jawa Timur, apakah koran Jawa Pos dipandang sebagai koran nasional? Mengapa?*

Ya. Faktor paling utama, karena jaringan Jawa Pos grup ada di berbagai kota. Materi yang ada di Jawa Pos Jatim juga bisa disimak/dimasukkan ke media lain terbitan grup Jawa Pos di luar Jatim.

*Bagaimana pendapat Anda tentang Jawa Pos sebagai koran yang menarget pembaca kelas menengah/menengah atas? Sudahkah ideal? Mengapa?*

Sudah. Isi dan tampilan Jawa Pos saat ini memang paling tepat untuk segmen itu. Kalau ingin menjangkau segmen lain, misalnya atas, justru kurang pas karena sajian Jawa Pos sekarang belum mencerminkan ke arah tersebut. Lagi pula, daripada berspekulasi masuk ke segmen atas dan bertempur dengan Harian Kompas, lebih baik menggarap segmen menengah dan menengah atas yang pasarnya lebih besar.

## Lampiran 5

### Identitas Informan 5:

1. Nama : Bambang Tri Prasojo
2. Pekerjaan/Perusahaan : Media Relations / PT HM Sampoerna Tbk
3. Umur : 23
4. Jenis Kelamin : Laki-laki
5. Pendidikan yang terakhir/sedang ditempuh : S1
6. Telp/E-mail : 081553195xxx/bambang.xxxxxxx@xx.sampoerna.com

### Pertanyaan-Pertanyaan Survei Kualitatif

#### *Bagaimana kesan Anda tentang Jawa Pos?*

Jawa Pos adalah media yang dinamis, terbit tanpa henti non-stop yang tidak pernah mengenal kata istirahat. Berita-beritanya, layout-nya bersifat populer, ringan dan menghibur. Namun, tetap mengena untuk membidik pembaca dari segmen kelas menengah. Berbeda dengan Kompas, Jawa Pos memang bukan jenis koran referensi acuan yang serius.

#### *Bagaimana pendapat Anda tentang bagian yang menarik dari harian Jawa Pos untuk dibaca? Mengapa hal tersebut menarik?*

Hampir setiap bagian atau rubrikasi di koran Jawa Pos mempunyai kekuatan tersendiri. Selain berciri khas, kontennya maupun kemasannya berbeda dan khas di tiap-tiap rubrik. Sehingga, untuk membandingkan antar-rubrik, menjadi agak sulit dibedakan atau dibandingkan. Misalnya, dari sisi segmen pembaca yang menggemarnya. Menurut saya, mungkin karena orientasi Jawa Pos sebagai koran keluarga, maka hampir setiap bagiannya atau seksi koran ini berupaya menampung kebutuhan membaca setiap anggota keluarga (bapak, ibu, anak-anak ABG-nya).

#### *Bagaimana pendapat Anda tentang ukuran Jawa Pos yang mungil (young broadsheet), dan kini diikuti oleh Kompas dan Media Indonesia, merupakan keunggulan bagi Jawa Pos?*

Untuk ukuran 7 kolomnya yang mungil dan telah diterapkan sejak 1998, Jawa Pos memang layak dipuji untuk itu. Sehingga, tidak salah bila Jawa Pos menggeber slogan "Selalu ada yang baru". Singkatnya, Jawa Pos terkenal dengan gebrakan-gebrakan yang selalu inovatif. Jawa Pos juga berusaha terdepan dalam kecepatan menurunkan berita dengan selalu menyajikan berita-berita terakhir sampai menjelang naik cetak pada tengah malam.

#### *Bagaimana pendapat Anda tentang ukuran lebar 7 kolom ini, apakah tidak mengurangi kesan serius dari Jawa Pos?*

Tidak, justru hal tersebut semakin memudahkan pembaca untuk menangkap isi berita. Cukup membaca sekilas saja, pembaca sudah bisa mengetahui apa yang dituliskan dalam artikel di Jawa Pos. Lembaran koran yang terlalu banyak ataupun tulisan berita yang terlalu panjang lebar, tidak menjamin akan memudahkan pembacanya untuk memahami

isi berita. Justru seringkali menyusahkan. Dan hal ini yang coba dicarikan solusinya oleh Jawa Pos.

*Bagaimana pendapat Anda tentang rubrik khusus anak muda DetEksi (poling dan rubrik khas) merupakan keunggulan dalam menarik pembaca muda? Mengapa?*

Rubrik ini salah satu inovasi terbaik Jawa Pos. Sebab, hal ini membuktikan kalau Jawa Pos tidak hanya melihat pembacanya di masa sekarang, yang usianya semakin lama semakin menua. Tetapi juga memikirkan regenerasi pembacanya, yakni pembaca pada 15 sampai 20 tahun mendatang.

Dengan menerbitkan DetEksi, Jawa Pos juga berupaya mengubah kebiasaan anak remaja yang sering kali terlihat malas membaca koran. Apalagi dengan *content* yang sangat bervariasi, tentu hal ini akan menjadi wahana baru bagi para pemuda dan remaja untuk memperbanyak pengetahuannya serta meningkatkan kepekaannya terhadap lingkungan yang ada disekitarnya.

*Bagaimana pendapat Anda tentang DetEksi mengurangi kesan serius koran?*

DetEksi tidak akan mengurangi kesan serius koran. Apalagi Jawa Pos memang bukan jenis koran referensi seperti Kompas, namun lebih mengarah pada jenis koran hiburan alias *entertaining newspaper*. Ini terlihat dari satu seksi khusus olahraga yang diulas sampai delapan halaman sendiri. (Penjelasan saya sama dengan pertanyaan sebelumnya).

*Dibanding koran-koran lain, bagaimana pendapat Anda tentang kelebihan dan kelemahan Jawa Pos?*

Untuk kelebihan, sudah dijelaskan dan untuk kekurangan telah tercantum di pertanyaan yang lain.

*Siapakah kompetitor terdekat dari Jawa Pos?*

Kompetitor terdekat Jawa Pos adalah Kompas dan Surya

*Bagaimana pendapat Anda tentang potensi kompetitor ini mengalahkan Jawa Pos?*

Tidak terlalu berpengaruh, sebab masing-masing punya kekuatan dan ciri khasnya sendiri. Kompas, Jawa Pos dan Surya masing-masing membidik pembaca dari kalangan yang berbeda.

*Bagaimana pendapat Anda tentang aktivitas non-redaksional Jawa Pos, seperti sumbangan pembaca untuk koran tsunami, aktivitas DetEksi basketball, lomba mading DetEksi, mensponsori Program Surabaya Green and Clean, mensponsori Tertib Lalu Lintas Jalur Kiri di Surabaya dan lain-lain, akan dinilai positif oleh pembaca?*

Pasti berdampak positif, sebab hal ini sekaligus menjadi bukti di hadapan para pembacanya kalau Jawa Pos juga memiliki *corporate social responsibility*.



*Bagaimana pendapat Anda tentang seberapa penting dan bagaimana peran CEO Dahlan Iskan dalam membentuk citra Jawa Pos?*

Sebagai pendiri dan CEO Jawa Pos, Dahlan Iskan sangat berperan di Jawa Pos secara internal dan eksternal. Khususnya, dalam membentuk budaya dan citra Jawa Pos maupun perusahaan Grup Jawa Pos secara internal dan eksternal.

*Bagaimana gaya tulisan, rubrikasi, layout, dan penjudulan Jawa Pos?*

Bila dibandingkan dengan koran lainnya, gaya penulisan, rubrikasi dan layout dari Jawa Pos boleh dibilang sangat *eyecatching*! Khususnya dalam pewarnaan, foto yang indah dan dalam menghimpun berita-berita yang cenderung berbau “sensasional”, terlihat Jawa Pos mempunyai perencanaan dan penekanan yang kuat di sini.

*Bagaimana pendapat Anda tentang kesalahan ejaan dan penulisan yang tidak baku atau tidak seragam/konsisten dalam koran Jawa Pos mempengaruhi imej kredibilitas koran ini?*

Pada dasarnya memang kesalahan ejaan dan penulisan yang tidak baku memang berpengaruh terhadap imej Jawa Pos. Namun, kalau sampai sekarang oplah Jawa Pos tetap tinggi dan tetap menjadi *leading newspaper* di Jawa Timur, tentu ada faktor-faktor lain yang menutupi celah itu. Misalnya, belum ada koran lain yang mampu menutup lubang yang dibuat oleh Jawa Pos dan menembak segmen dalam posisi yang sama dengan Jawa Pos. Atau, kesalahan ketik dan sejenisnya itu, memang tidak dianggap signifikan oleh pembaca.

*Bagaimana pendapat Anda tentang Jawa Pos yang tetap terbit non-stop (termasuk di hari libur), merupakan keunggulan dibanding koran lain?*

Menurut saya memang merupakan keunggulan tersendiri bagi Jawa Pos, di saat koran-koran yang lain libur di hari libur nasional. Jawa Pos rupanya tak ingin menunda aliran informasi sesuai dengan motonya, “Selalu ada yang baru.”

*Bagaimana pendapat Anda tentang porsi iklan yang cukup besar di Jawa Pos dan mengurangi porsi artikel berita akan mengurangi apresiasi pembaca terhadap koran ini?*

Pada dasarnya, hal ini sangat disayangkan terjadi di Jawa Pos. Seharusnya, Jawa Pos memiliki komposisi yang seimbang antara iklan dan artikel berita. Bila jumlah iklannya meningkat, Jawa Pos harus menambah halamannya, sehingga porsi artikel berita tidak berkurang secara drastis. Selama kebutuhan iklan menjadi pasokan utama bagi berlangsung kehidupan di sebuah perusahaan penerbitan, perusahaan media memang tidak mungkin untuk membatasi iklan. Apalagi pers kita sekarang sudah menjadi pers industri yang notabene tujuan akhirnya menghasilkan profit.

*Dengan oplah minimal 300.000 eksemplar perhari, tapi dengan sirkulasi utama di Jawa Timur, apakah koran Jawa Pos dipandang sebagai koran nasional?*

Iya, dalam pengertian produk berita yang dihasilkan oleh wartawan Jawa Pos juga disebar hingga ke seluruh penjuru nusantara melalui sejumlah anak perusahaannya (Melalui jaringan JPNN-Jawa Pos News Network, tulisan-tulisan dari Jawa Pos juga dapat diterbitkan oleh koran-koran daerah di bawah Grup Jawa Pos pada hari yang sama.

Begitu juga sebaliknya, Jawa Pos dapat mengambil berita-berita dari koran-koran daerah anak perusahaan Grup Jawa Pos).

*Bagaimana pendapat Anda tentang Jawa Pos sebagai koran yang menarget pembaca kelas menengah/menengah atas? Sudahkah ideal?*

Ya. Walaupun berita-beritanya ringan dan populer, Jawa Pos memiliki sejumlah rubrikasi yang kesemuanya pas membidik segmen kelas menengah. Halaman seperti Ekonomi Bisnis, Teknologi, Otomotif, Film, Game dan Anime dan lain-lain menjadi tanda bahwa Jawa Pos memang juga berusaha membidik segmen ini.

Jawa Pos juga harus menyadari, bahwa tingkat keterbacaan oleh segmen kelas menengah/menengah atas menjadi salah satu kunci utama para pengiklan-pengiklan besar untuk memilih mengiklankan produk mereka di Jawa Pos. Jika hanya ditopang oleh oplah yang besar, namun hanya dibaca oleh kalangan bawah, Jawa Pos tidak akan berhasil menarik pengiklan-pengiklan untuk produk-produk dengan sasaran kelas menengah. Padahal, porsi iklan jenis ini adalah yang terbesar *bill*-nya.