



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 PROFIL PERUSAHAAN

2.1.1 Sejarah Media Indonesia

Media Indonesia merupakan surat kabar harian yang memiliki kantor pusat yang terletak di Jalan Pilar Mas Raya Kav A-D, Kedoya Selatan, Kebon Jeruk, Jakarta Barat. Media Indonesia memiliki kantor pertama yang beralamat di Jalan Letnan Jenderal MT Haryono, Jakarta, dengan lembaga yang menerbitkan ialah Yayasan Warta Indonesia (About Us, 2012, para. 1).

Pers nasional lebih banyak berkedudukan di ibu kota negara dan memiliki wilayah sirkulasi meliputi seluruh provinsi, atau setidaknya sebagian besar provinsi yang berada dalam jangkauan sirkulasi melalui transportasi udara, darat, sungai dan laut (Sumaridia, *Jurnalistik Indonesia*, 2006, p. 44). Media Indonesia merupakan salah satu harian nasional yang terbit sejak 19 Januari 1970 (About Us, 2012, para. 1). Pada awal kemunculannya, Media Indonesia terbit dengan empat halaman dengan tiras yang masih terbatas. Jumlah halamannya kemudian ditambah menjadi delapan pada tahun 1976. Yayasan Warta Indonesia menjadi lembaga yang mewadahi penerbitan Media Indonesia ketika itu.

Media Indonesia muncul dan berkembang pada zaman Orde Baru di mana kebebasan pers sangat dikekang oleh pemerintah pada saat itu. Kebebasan jurnalistik, kebebasan pers, dalam dua dari tiga dasawarsa kekuasaan monolitik Orde Baru, hanya lebih banyak memunculkan kisah sedih daripada kisah sukses yang sejalan dengan amanat pendiri bangsa seperti dinyatakan dengan tegas dalam Pasal 28 UUD 1945 (Sumaridia, *Jurnalistik Indonesia*, 2006, p. 24). Media Indonesia menghadapi tantangan yang sulit. Tidak hanya idelisme pers yang terus ditekan, tetapi juga harus menyesuaikan diri dengan banyak tuntutan. Salah satunya adalah penataan media yang tidak lagi menjadi organisasi penerbitan melainkan sebuah badan usaha. Di tahun 1976 barulah Media Indonesia memiliki

surat izin penerbitan pers (SIUPP) (About Us, 2012, para. 2).

Memasuki tahun 1987 kelembagaan Media Indonesia mengalami perubahan. Media Indonesia lahir dengan manajemen baru di bawah PT. Citra Media Nusa Purnama (About Us, 2012, Para. 3). Perubahan ini merupakan hasil kerjasama pendiri Media Indonesia Teuku Yousli Syah bersama Surya Paloh. PT. Citra Media Nusa Purnama sebelumnya merupakan manajemen dari harian Prioritas yang dipimpin oleh Surya Paloh. Membuat gebrakan dengan menjadi surat kabar berwarna pertama di Indonesia, usia prioritas tidak bertahan hingga 15 bulan (Armada, Bramono, Subroto , & Batara, 2018, pp. 28-29). Bergabungnya PT. Citra Media Indonesia membuat beberapa perubahan dalam struktur manajemen redaksi Media Indonesia. Salah satunya Surya Paloh yang menjabat sebagai direktur utama, sedangkan Teuku Yousli Syah sebagai pemimpin umum (About Us, 2012, para.3). Lokasi kantor juga sempat berpindah ke Jalan Gondangdia Lama No. 46, Jakarta.

Bertepatan dengan ulang tahunnya yang ke 25 di tahun 1995, redaksi Media Indonesi mulai bekerja di tempat baru yang berlokasi di kompleks Delta Kedoya, Jalan Pilar Mas Raya Kav A-D, Kedoya Selatan, Kebon Jeruk, Jakarta Barat, hingga saat ini (About Us, 2012, para. 4). Di gedung ini semua kegiatan di bawah satu atap seperti redaksi, usaha percetakan, pusat dokumentasi – perpustakaan, iklan, sirkulasi dan distribusi, serta fasilitas penunjang karyawan.

Bertepatan dengan peluncuran buku Editorial Media Indonesia, *motto* Media Indonesia menjadi “Jujur Bersuara”. Dengan *tagline* tersebut, Media Indonesia terus berupaya menampilkan berita-berita aktual untuk memenuhi kebutuhan informasi para pembacanya. Visi untuk membangun sebuah harian independen serta menatap hari esok yang lebih baik (About Us, 2012, para. 5).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.1.2 Logo Perusahaan

Gambar 2.1 Logo Media Indonesia



MEDIA
INDONESIA

Sumber: mediaindonesia.com

2.1.3 Rubrikasi Media Indonesia

Berita-berita dalam Media Indonesia dibagi atas beberapa rubrik. Rubrik-rubrik tersebut diantaranya:

a. Megapolitan

Rubrik megapolitan membahas menampilkan segala macam bentuk informasi dari kriminal, politik, ekonomi, industri dan sebagainya. Akan tetapi pada rubrik ini berita yang ditampilkan dibatasi dengan informasi di seputar ibukota yaitu Jabodetabek.

b. Ekonomi

Bagian ini menyajikan segala bentuk informasi yang berhubungan tentang perekonomian dan perkembangannya di dalam negeri maupun secara global.

c. Olahraga

Rubrik ini sebagian besar menyajikan informasi seputar dunia olahraga meskipun rubrik ini didominasi oleh berita-berita yang berasal dari dunia sepakbola.

d. Humaniora

Dalam rubrik humaniora Media Indonesia menampilkan informasi-informasi yang berhubungan dengan kehidupan sosial dan lingkungan sekitar.

e. Editorial

Bagian ini menampilkan tentang fakta dan opini yang menafsirkan berita-berita yang penting dan memengaruhi pendapat umum.

f. Polkam

Rubrik politik dan keamanan berisi berita-berita seputar dunia politik, penegakan hukum dan keamanan baik dari dalam negeri maupun luar negeri.

g. Weekend

Isi berita weekend berisi berita-berita feature yang membahas pariwisata, anak muda dan gaya hidup.

2.2 Ruang Lingkup Kerja Desk Weekend

Media Indonesia memiliki desk Megapolitan, Ekonomi, Olahraga, Humaniora, Editorial, *Weekend* dan Polkam. Kerja magang yang dilaksanakan penulis adalah sebagai reporter pada desk *Weekend*. Posisi redaktur dalam desk *weekend* dipegang oleh Iis Zantika sekaligus sebagai editor untuk konten muda, travelista, gaya hidup dan Zubaedah Hanum sebagai editor untuk konten tifa yang memuat artikel tentang seni dan budaya. Desk *Weekend* bertanggung jawab untuk memproduksi konten *softnews* yang diterbitkan pada hari Sabtu dan Minggu yang berisi tulisan-tulisan yang sifatnya santai dan informatif.

Berita-berita yang diproduksi oleh desk *Weekend* merupakan hasil proyeksi melalui rapat redaksi yang dilaksanakan setiap hari Senin. Rapat redaksi tersebut menentukan tugas dan agenda apa saja yang menjadi topik yang akan diangkat untuk edisi Sabtu dan Minggu.

Dalam menjalankan tugasnya, desk *weekend* bertanggung jawab untuk menghasilkan sebagian besar konten dalam harian Media Indonesia edisi Sabtu dan Minggu. Terdapat beberapa kolom yang terbagi dalam desk *weekend* antara lain:

1. Wawancara

Dalam kolom wawancara, koran *weekend* menampilkan sebuah tulisan beserta wawancara langsung dengan seorang narasumber yang menarik atau memiliki ketertarikan publik yang tinggi misalnya, artis atau orang-

orang berprestasi lainnya.

2. Jeda

Pada bagian jeda, koran *weekend* menyajikan tips-tips atau berbagai pengetahuan umum yang berhubungan dengan kehidupan masyarakat. Informasi dalam kolom jeda biasanya memiliki hubungan erat dengan hal-hal yang sedang ramai dibicarakan masyarakat atau *viral*.

3. Travelista

Kolom travelista menyajikan feature perjalanan dari seorang reporter yang menceritakan tentang keindahan alam suatu tempat dan daerah-daerah pariwisata sambil mengajak pembaca untuk mengunjunginya.

4. Muda

Kolom muda biasanya terbagi atas dua bagian. Kolom muda 1 menyajikan informasi seputar kegiatan-kegiatan positif dan membangun yang dilakukan anak-anak muda Indonesia, sedangkan muda 2 berisi wawancara dengan anak muda yang berprestasi di usia muda.

5. Media Anak

Pada bagian ini koran *weekend* menampilkan informasi-informasi penting terkait anak, pertumbuhan anak, dan beberapa games yang ditujukan untuk mengasah otak pembaca yang masih dibawah usia remaja.

6. Kick Andy

Kolom kick andy menampilkan hasil liputan terhadap sosok-sosok yang mampu memotivasi dengan kisah-kisah mereka yang luar biasa.

7. Hiburan

Dalam kolom ini, koran *weekend* menyajikan segera jenis informasi mengenai dunia hiburan atau ulasan mendalam tentang sebuah film yang baru ditayangkan di bioskop.

8. Kuliner

Pada bagian ini pembaca koran *weekend* diajak untuk mencoba wisata makanan yang ditampilkan dalam kolom kuliner.

9. Gaya Urban

Informasi yang terdapat dalam kolom ini berisi feature mengenai budaya-budaya baru yang lahir di tengah-tengah kehidupan masyarakat.

10. Pesona

Informasi yang terdapat dalam kolom pesona berhubungan dengan gaya hidup perempuan dan tips-tips singkat dalam mengatur penampilan.

11. Foto

Kolom foto pada koran *weekend* berisi gambar-gambar feature yang memiliki ketertarikan masyarakat yang kuat. Objek yang diangkat dalam foto di kolom ini biasanya sosok-sosok yang tidak dikenal, namun memiliki keterikatan kuat dengan kehidupan masyarakat.

12. Khazanah

Kolom ini sebagian besar menampilkan informasi yang berhubungan dengan budaya dalam negeri dan bertujuan untuk mengimbau kepada masyarakat agar tetap melestarikannya.

13. Tifa

Kolom tifa biasanya menyajikan informasi-informasi yang berkaitan dengan pertunjukan-pertunjukan seni yang memiliki daya tarik masyarakat namun jarang diangkat ke publik.

14. Selebritas

Kolom ini dimiliki oleh setiap divisi karena kolom ini ada di setiap penerbitan koran Media Indonesia. Akan tetapi informasi selebritas untuk edisi Sabtu dan Minggu ditanggung langsung oleh desk *weekend* dalam peliputan dan lain-lain.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 2.1 Struktur Organisasi Media Indonesia

