



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 *NATIONAL GEOGRAPHIC*

2.1 Profil Perusahaan

2.1.1 Sejarah *National Geographic*

Yayasan *National Geographic* didirikan di Amerika Serikat pada 27 Januari 1888 oleh 33 orang yang tertarik untuk meningkatkan pengetahuan geografi, dikepalai Gardiner Greene Hubbard. Tujuannya untuk meningkatkan pengetahuan umum tentang geografi dunia dan pada akhirnya mensponsori penerbitan majalah bulanan *National Geographic*. Saat ini *National Geographic* telah diterbitkan di 60 negara dalam 30 bahasa dengan total lebih dari 9,5 juta eksemplar per bulan di seluruh dunia. Indonesia adalah salah satu dari 60 negara yang mengedarkan *National Geographic*.

“*Inspiring people to care about the planet*” adalah mottonya. Logonya yang berupa persegi panjang warna kuning dan tulisan *National Geographic* di sampingnya mengisyaratkan *National Geographic* bagaikan jendela dunia, jendela pengetahuan. Melihat segala informasi yang ditawarkannya selama bertahun-tahun, penulis percaya hal ini tidaklah diragukan oleh para pembaca.

National Geographic bagaikan sumber informasi yang besar bagi dunia. Wawasannya mencakup lingkungan, alam dan seisinya. Ia juga menunjukkan kepada para peminatnya bahwa ia adalah media yang selalu memberikan informasi yang luas.

2.1.2 *National Geographic Indonesia*

Berlokasi di Jalan Panjang nomor 8A, Kebun Jeruk, Jakarta Barat, *National Geographic Indonesia* diresmikan pada 28 Maret 2005 oleh mantan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, dan disaksikan oleh Jakob Oetama, pemimpin Kelompok Kompas Gramedia. Majalah pertamanya terbit pada

bulan April 2005 oleh Gramedia Majalah.

National Geographic Indonesia hadir di masyarakat dalam bentuk media cetak berupa majalah dan juga portal berita *online*. Majalahnya ada *National Geographic Indonesia* yang membahas mengenai ilmu pengetahuan alam semesta, sedangkan *National Geographic Traveler* membahas berbagai destinasi wisata. Portal berita *nationalgeographic.co.id* berisi berita-berita harian yang dapat diakses dengan mudah dan cepat.

2.1.3 National Geographic Indonesia Online

Dalam wawancara via *email*, Firman Firdaus, selaku editor teks *NGI* menyatakan bahwa saat diluncurkannya *NGI online* sekitar tahun 2007, situs tersebut dibutuhkan untuk keperluan promosi. Isinya berupa potongan-potongan artikel dari majalah yang tujuannya mengajak pengunjung situs *NGI* untuk membeli majalahnya. Seiring perkembangan dunia *online*, *NGI* pun merasa perlu menjadikan situs ini sebagai media penerbitan yang bisa mendatangkan penghasilan.

Akhirnya, *NGI online* pun melakukan perkembangan ulang guna mengakomodasi berita-berita harian, sehingga artikel yang awalnya hanya berupa potongan pun menjadi satu berita utuh. Sekitar tahun 2009, diluncurkanlah format baru. Setelah itu, *NGI online* terus melakukan perbaikan dan memperbanyak berita-berita hariannya hingga saat ini.

Untuk mempermudah pembaca mengakses situsnya, *NGI* memanfaatkan sosial media Twitter agar para pembaca yang memiliki akun Twitter dapat dengan mudah dan cepat mengakses berita-berita hariannya.

2.1.4. National Geographic Traveler

Majalah *National Geographic Traveler (NGT)* adalah salah satu produk media cetaknya. *NGT* memberitakan segala destinasi wisata

dalam negeri dan juga luar negeri. Pertama kali diterbitkan pada Januari 2009, majalah tersebut diterbitkan rutin sebulan sekali.

Majalah ini cocok bagi pembaca yang menikmati perjalanan di dalam negeri maupun di luar negeri. Dengan mottonya *Nobody Knows This World Better*, NGT mengajak pembacanya untuk menikmati perjalanan liburan.

2.1.5 Logo *National Geographic Indonesia*

Persegi panjang berwarna kuning bukanlah logo pertama *National Geographic*. Anjing laut, bendera, dan pohon sempit menjadi *trademark* media tersebut. Persegi panjang kuning ini akhirnya disahkan sebagai *trademark* baru dan diperkenalkan tahun 1970 oleh Melvin M. Payne, kepala *National Geographic Society* pada waktu itu.

Persegi panjang kuning dinilai bersih, berani, sederhana, modern, dan mudah diproduksi, selain mudah dihapus dari gambar, dan dapat diperbesar atau diperkecil tanpa menghilangkan detailnya. Logo ini memiliki nilai pengakuan yang kuat dan terbukti sukses dalam promosi, iklan, dan dijadikan judul filmstrip dan kemasan.

Logo *National Geographic Indonesia* (NGI) berupa persegi panjang berwarna kuning dengan tulisan 'National Geographic Indonesia' di sampingnya. Persegi panjang diibaratkan sebagai jendela dunia yang senantiasa menyediakan berbagai informasi tentang dunia yang kita tinggali ini. Tulisan di sampingnya diketahui sebagai jenis *font* NatGeo SemiBold.

Gambar 2.1 Logo *National Geographic Indonesia*



Sumber: Arsip *National Geographic Indonesia*

Adapun logo untuk majalah *National Geographic Traveler* (NGT) yang bentuknya berbeda dari logo *NGI*. Logo *NGT* memperlihatkan kata 'TRAVELER' yang ukurannya besar dan logo *NGI* diletakkan di atasnya dalam ukuran kecil.

Gambar 2.3 Logo *National Geographic Traveler*



Sumber: Arsip *National Geographic Indonesia*

Sedangkan logo untuk situs *nationalgeographic.co.id* pun bentuknya berbeda dari logo *NGI* dan *NGT*. Logo ini hanya berupa tulisan *nationalgeographic.co.id* berwarna hitam dan abu-abu. Menurut editor teks Firman Firdaus, tak ada maksud tertentu di balik perbedaan logo-logo tersebut.

Gambar 2.2 Logo *National Geographic Online*

nationalgeographic.co.id

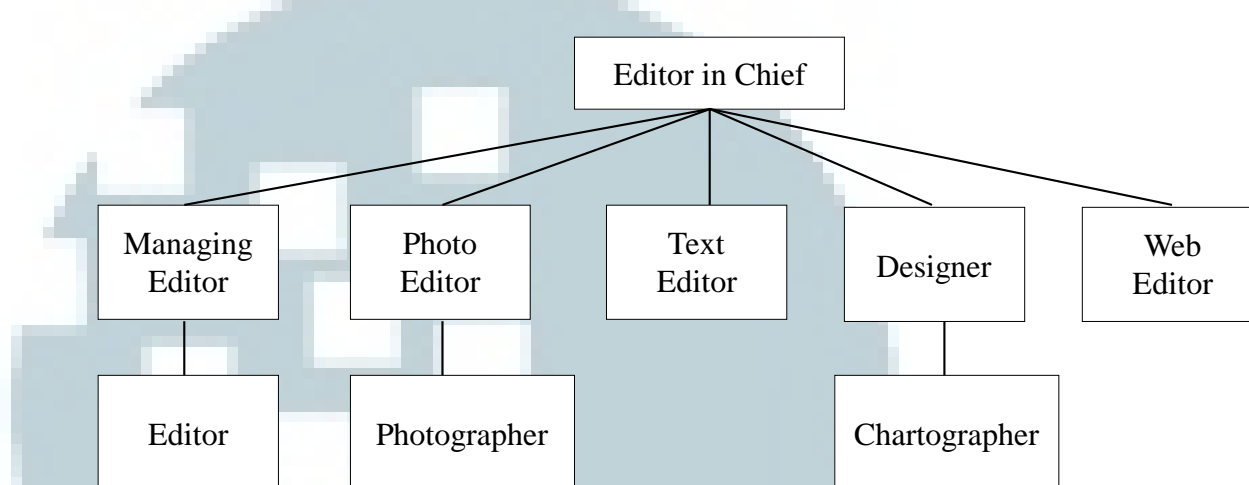
Sumber: Arsip *National Geographic Indonesia*

U M N

2.1.6 Struktur Organisasi

Struktur organisasi redaksi *National Geographic Indonesia* dapat dilihat di bagan berikut ini.

Bagan 2.1 Struktur Redaksi *National Geographic Indonesia*



Sumber: Dokumentasi Pribadi

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi

Dalam *National Geographic Indonesia (NGI) online*, tugas yang penulis lakukan adalah membantu memasok berita *online*. Semua artikel yang dikerjakan harus sesuai dengan rubrik yang ada. Salah satunya adalah rubrik teknologi, yang oleh *NGI* bukanlah memberikan *review* melainkan perkembangan dari sisi sejarahnya, ataupun yang sedang dikembangkan untuk diterapkan di masa yang akan datang.

Ada empat orang yang bertanggung jawab di *NGI online*, serta ditambah dengan anak magang. Sehari-hari para pewarta *online* tersebut membuat berita yang bersumber tak hanya dari internet, tetapi dari majalah, koran dan media lainnya. Semua berita yang telah selesai dibuat dalam satu hari tentunya tidak ditayangkan semuanya, dan dijadikan sebagai ‘tabungan’ untuk hari-hari berikutnya.