



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

The Geo Times merupakan majalah mingguan yang hadir untuk memberikan laporan yang menarik dan tidak membosankan. *The Geo Times* coba menggabungkan hal yang dilakukan *National Geographic* dan *Time Magazine* dengan bertumpu pada penulisan naratif dan foto yang bermutu (Media Kit *The Geo Times*, 2013).

Edisi pertama majalah *The Geo Times* terbit pada 10 Maret 2014. Topik laporan utama yang dimuat saat itu adalah peringatan 10 tahun Java Jazz. *The Geo Times* fokus pada isu kesehatan, infrastruktur, pendidikan, energi, lingkungan dan pertahanan, pertanian, kelautan, hukum hingga bisnis dan keuangan. Tidak hanya itu *The Geo Times* membahas isu-isu di pemerintahan, gaya hidup, seni dan budaya.

Nama *The Geo Times* terinspirasi dari beberapa hal. Nama Geo, diambil dari nama sang pemilik, yaitu Jeffrie Geovanie. Menggunakan Times, karena nama tersebut merupakan nama generik atau yang umum digunakan media lain. *The Geo Times* tidak hanya hadir dalam format majalah, akan tetapi juga format *online*. *Geo Times online* membahas tema kebijakan publik, pemerintahan, sosok, dan lain-lain. *Geo Times online* memiliki perbedaan dengan *The Geo Times* majalah. Perbedaan *Geo Times online* dengan *The Geo Times* majalah terletak pada gaya pemberitaan *Geo Times online* yang lebih mengedepankan tulisan *hard news*.

Majalah *The Geo Times* dan *Geo Times online* merupakan dua media yang tergabung dalam grup Geo Media. Geo Media menaungi sejumlah media lintas platform, seperti *Historia*, *Historia online*, *PAR TV*, *I Channel*, dan *Indonesia TV*.

2.1.1 Sejarah Singkat *The Geo Times*

Dua wartawan senior, Farid Gaban dan Rusdi Mathari mulai merencanakan media yang terbit mingguan. Farid Gaban dan Rusdi Mathari mulai menerbitkan tabloid mingguan pada akhir tahun 2013. Awalnya, tabloid mingguan yang diterbitkan menggunakan *Sinar Harapan Minggu*.

Seiring berjalannya waktu, nama *Sinar Harapan Minggu* tidak lagi dipakai. Format tabloid akhirnya ditinggalkan. Pada 10 Maret 2014, lahirlah majalah mingguan bernama *The Geo Times*. Laporan utama yang diangkat pada edisi pertama adalah peringatan 10 tahun penyelenggaraan Java Jazz.

Gambar 2.1 Logo *The Geo Times* Majalah



Sumber gambar: Majalah *The Geo Times*

Gambar 2.2 Logo *Geo Times online*



Sumber gambar: Situs *Geo Times Online*

2.1.2 Visi dan Misi Geo Media Sebagai induk *The Geo Times*

VISI

Menjadi kelompok usaha media yang menjadi referensi bagi masyarakat Indonesia untuk mendapatkan informasi yang akurat dan terpercaya, tidak berpihak dan independen, mampu menyandingkan disiplin jurnalisme dan aktivisme sosial sekaligus berkontribusi bagi pemberdayaan masyarakat Indonesia.

MISI

- Menyebarluaskan berbagai ide, pemikiran, peristiwa di segala aspek dalam kehidupan masyarakat di Negara Indonesia.
- Rujukan bagi masyarakat dalam memperoleh informasi aktual dan berimbang.
- Menyuguhkan konten informasi dan hiburan yang mendidik dan mencerdaskan.
- Menjadi bagian dalam pertumbuhan industri kreatif melalui servis dan layanan serta kerjasama yang mengutamakan ide, kreativitas dan profesionalisme.

2.1.3 Target Majalah *The Geo Times*

- Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- Sosial, Ekonomi, Status: A, A+

2.1.4 Spesifikasi Majalah *The Geo Times*

- Ukuran : 20 x 26.5 cm
- Kertas : *Light Weight Coated Paper*
- Cover : *Art Paper* 120 gram
- Jumlah Halaman : 64 halaman
- Frekuensi Terbit: Mingguan
- Harga: Rp 30,000,00

Gambar 2.3 Tampilan Majalah *The Geo Times*



Sumber Gambar: Majalah *The Geo Times*

Gambar 2.4 Tampilan *Geo Times* online



Sumber Gambar: Situs *Geo Times* online

2.1.5 Rubrikasi Majalah *The Geo Times*

Tabel 2.1 Rubrikasi Majalah *The Geo Times*

Rubrik	Keterangan
Laporan Utama	Mengulas permasalahan terkait kebijakan publik yang diterapkan pemerintah, baik politik, infrastruktur, atau alam
<i>Feature</i>	Mengulas fenomena, permasalahan, yang terjadi di tengah-tengah masyarakat
Bisnis Ringkas	Mengulas peristiwa-peristiwa di dunia usaha dalam sepekan
Hutan	Rubrik yang mengangkat keunikan, kekayaan, dan masalah hutan di Indonesia
Khatulistiwa	Ulasan keanekaragaman hayati atau budaya beberapa daerah di Indonesia
Taman Nasional	Ulasan taman-taman nasional yang ada di Indonesia beserta keragaman hayatinya
Daerah	Berita-berita sepekan dari berbagai daerah
Dunia	Ulasan peristiwa dunia
Kesehatan/ Pendidikan	Rubrik kesehatan atau pendidikan muncul bergantian, disesuaikan dengan isu yang

	sedang hangat
Bisnis Utama	Ulasan tren atau fenomena dunia usaha dan ekonomi
Bisnis Dunia	Ulasan tren atau fenomena dunia usaha dan ekonomi internasional
Buku	Ulasan buku termutakhir
Film	Ulasan film-film terbaru
Fashion	Ulasan tren dunia fashion atau pergelaran eksibisi mode
Seni Rupa/ Teater	Ulasan pameran seni rupa atau pertunjukkan teater
Sosok	Ulasan sosok yang mempunyai prestasi atau pengaruh
Musik	Ulasan penyanyi, musisi, band baru atau pertunjukan music
Travel	Ulasan tujuan wisata baik nasional, maupun internasional
Travelite	Ulasan tempat-tempat wisata
Arsitektur	Membahas tren atau rancangan arsitektur unik

Kolom	Kolom yang diisi dengan tulisan para ahli terkait isu-isu yang sedang berkembang, serta satu kolom khas untuk Farid Gaban, yaitu “Catatan Bawah Tanah”
-------	--

Gambar 2.5 “Catatan Bawah Tanah” oleh Farid Gaban merupakan salah satu rubric kolom yang muncul pada majalah *The Geo Times*.

The image shows a page from the magazine 'The Geo Times' with the rubric 'Catatan Bawah Tanah' by Farid Gaban. The main article is titled 'Revolusi Mental'. The text discusses the need for a mental revolution in Indonesia, particularly in the context of Jokowi's leadership. It mentions the importance of a 'mental revolution' to address the country's economic and social challenges. The article is written in Indonesian and includes a small illustration of a hand pointing upwards.

Catatan Bawah Tanah

Farid Gaban

Revolusi Mental

Ada tanda-tanda Revolusi Mental, salah satu janji kampanye terpenting Jokowi, akan gagal menghadapi ujian krisis yang di depan mata. Waktu satu tahun mungkin terlalu pendek untuk bisa meneliti program dan sasaran Revolusi Mental. Tidak terlalu mudah pula menakar sukses atau gagal suatu program yang cenderung abstrak.

Tapi, kurang satu tahun mungkin cukup untuk melihat apakah ada jejak 'perubahan mental bangsa'. Dan secara kasmatama dengan aman kita bisa mengotakan perubahan itu sangat minimal, jika ada.

Tujuan besar pemerintah dalam revolusi mental meliputi memperlakokoh kedaulatan, meningkatkan daya saing, dan mempercepat peesataan bangsa.

Dalam sasaran yang lebih nyata: meningkatkan etos kemapuan, etika kerja, motivasi berprestasi, disiplin, taat hukum dan aturan, berpandangan optimistis, produktif, inovatif, adaptif, kerja sama dan gotong royong, serta berorientasi pada kebijakan publik serta kemaslahatan umum.

Secara filosofis, 'revolusi mental' bukanlah hal baru. Ketika republik masih berusia muda, 12 tahun, Presiden Soekarno melihat ada tanda-tanda memelahnya semangat kebangsaan yang dilahirkan Proklamasi Kemerdekaan 1945. Bung Karno meluocurkan gerakan untuk menggembleng mamusta Indonesia agar menjadi 'mausa baru yang berhati putih, berkemauan baja, bersemangat elang rajawali, berjaya api yang menyala-nyala'.

Itu juga selaras dengan slogan Trisakti Bung Karno berdaulat secara politik, berdikari secara ekonomi, dan berkepribadian dalam bidang kebudayaan.

Revolusi mental pada dasarnya adalah sebuah rekayasa sosial. Dalam konteks bernegara, rekayasa sosial itu dibentuk oleh kebijakan publik pemerintah.

Berakhlak, misalnya, kebijakan yang ditempuh pemerintah mengarahkan kita pada kemandirian politik dan ekonomi, bukan ketergantungan pada utang? Mendorong kesadaran tentang kemaslahatan umum dan kebijakan publik, bukan kepentingan pribu? Apakah memacu solidaritas, bukan memantik egoisme individual?

Banyak aspek itu akan diuji, terutama saat dihadapkan pada situasi krisis. Meski belum benar-benar buruk, kini kita di tubir krisis keuangan serta ekonomi, yang akan berdampak pula pada krisis sosial.

Pekan lalu lembaga kajian Institute for Development of Economics and Finance mengeluarkan capor semester pertama pemerintahan Presiden Jokowi.

Rapor merah. Tak hanya pertumbuhan ekonomi merosot serta inflasi tinggi yang menyeret tunas tingkat kesejahteraan masyarakat, tapi juga raihnya angka ketimpangan.

Tren ketimpangan tinggi dalam ekonomi yang sudah terjadi pada pemerintahan sebelumnya, yang terburuk dalam sejarah republik, berlanjut ke tingkat lebih mengkhawatirkan sekarang.

Kebijakan menaikkan harga bahan bakar, serta menyerahkannya ke mekanisme pasar, telah memicu inflasi dan tunainya daya beli terutama orang miskin serta rentan miskin. Tingginya ketergantungan pada impor menggaransi luka ketika rupiah melemah. Besarnya porsi ekspor bahan mentah, bukannya produk jadi dan olahan, terpukul oleh merosotnya ekonomi negeri tujuan seperti Tiongkok dan India.

Utang luar negeri sektor swasta juga membebregak di tengah melemahnya nilai rupiah, yang jika tak hati-hati bisa mengulang krisis moneter 1998. Krisis itu memicu runtuhnya Orde Baru, peris 17 tahun silam. Obsesi pada pembangunan infrastruktur besar potensial menggusur orang-orang miskin, yang selanjutnya memicu kerusuhan sosial.

Krisisnya fundamental dan bertubi-tubi. Kecenderungan prihasasi sektor publik dan cara berpikir privat, bahkan di kalangan pemerintahan, makin memperlumah solidaritas sosial, satu modal yang sangat penting untuk bersama-sama menghadapi badai.

Melihat dan mendengar sekilas reaksi pemerintah ataupun publik terhadap bayang-bayang krisis itu, kita bisa membuat kesimpulan sederhana: sangat sedikit optimisme, terlalu tinggi semangat saling menyalahkan (bahkan di kalangan pemerintah sendiri), serta merosotnya solidaritas.

Ada tanda-tanda Revolusi Mental pemerintahan Jokowi gagal menghadapi ujian krisis yang di depan mata. Kata-kata manis sudah tidak cukup bisa menghibur, sementara bulan madu sudah berlalu.

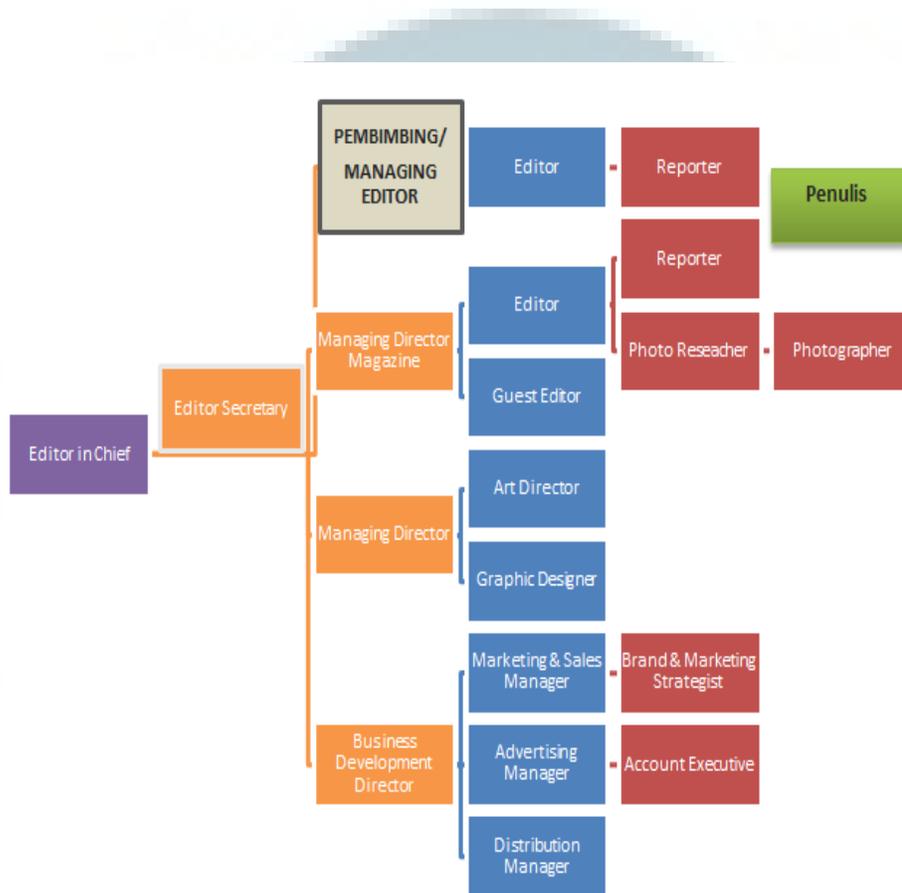
Saya membayangkan, dihadapkan pada krisis itu, Presiden Joko Widodo bersama para pejabat tinggi negara, termasuk parlemen, bisa menggalami solidaritas untuk menjalani kesulitan secara bersama-sama. Pertama-tama dengan menunjukkan secara tulus adanya *sense of crisis*, mengubah gaya hidup keseharian. Lalu secara serius mengubah paradigma dan orientasi pembangunan, serta mencerminkannya dalam kebijakan publik yang sesuai.

Di situlah Revolusi Mental, yang jadi slogan kampanye presiden Jokowi, memancarkan urgensinya. ■

62 THE GEO TIMES | 31 AGUSTUS - 6 SEPTEMBER 2015

Sumber gambar: Majalah *The Geo Times*

Gambar 2.6 Struktur Organisasi Majalah *The Geo Times*



Sumber gambar: diolah berdasarkan struktur organisasi yang ditampilkan di situs *Geo Times* online

EDITOR IN CHIEF:

Farid Gaban

MANAGING EDITOR:

Ibrahim Ali Fauzi, Hertasning Ichlas, Surya Kusuma

GUEST EDITOR:

Dandhy Dwi Laksono, Hellena Y. Souisa

EDITOR:

Arwani, Arman Dhani Bustomi, Aunurrahman Wibisono, Meisy Meidina Billem

REPORTER:

Alinda Rimaya, Irine Octavianti, Kusuma Wardhanie,
Reja Hidayat, Tito Dirhantoro, Reza Ramadhan, Lutfi Anshori, Gilang Helindro,
Gisela Niken Kusumawardani, Adisty Primatya

PHOTO RESEARCHER:

Idham Rahmanarto

PHOTOGRAPHER:

Andrey Gromico

EDITOR SECRETARY:

Erly Towoliu

ART DIRECTOR:

Zulkifli Faiz

GRAPHIC DESIGNER:

Agus Sudaryono, Syamsi Risyad

BUSINESS DEVELOPMENT DIRECTOR:

Sigit Pramono

MARKETING & SALES MANAGER:

Tjan Ely

BRAND & MARKETING STRATEGIST :

Saiful Haq

ADVERTISING MANAGER:

Yully Suryawan

ACCOUNT EXECUTIVE:

Samirah Begum Shaukat, Siti Wulandari

DISTRIBUTION MANAGER:

Zahari

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Peserta magang melaksanakan tugas jurnalistik lintas rubrik majalah *The Geo Times*, di antaranya pada rubrik *Feature*, Buku, dan Teater. Bahan penulisan *feature* bisa dilakukan lewat turun langsung ke lapangan atau dengan melakukan riset.

Sebuah tulisan akan dimuat melalui beberapa tahapan. Rapat redaksi setiap harinya dilaksanakan pada setiap hari Jumat pukul 14.00. Namun, selama penulis mengikuti kegiatan proses magang, ada perubahan jadwal rapat redaksi, yang biasanya dimulai hari Jumat dipindah menjadi hari Kamis pukul 16.00. Sebelum rapat redaksi dimulai, setiap reporter sudah menyiapkan ide liputan.

Rapat redaksi dipimpin oleh *Managing Editor*, yakni Hertasning Ichlas. Semua reporter tetap, *photo researcher*, fotografer dan reporter magang mengikuti rapat redaksi. Pada rapat redaksi dibahas ide yang telah disiapkan masing-masing reporter sebelum rapat berlangsung. Setelah bertukar ide antar reporter dengan *Managing Editor*, dilakukan pembagian tugas bagi reporter. Perlu diketahui, reporter di *The Geo Times* setiap minggunya tidak menulis di rubrik yang sama. Besar kemungkinan bagi setiap reporter ditugaskan untuk rubrik yang berbeda setiap minggunya, atau biasa disebut *beat rolling*. Setelah rapat redaksi, masing-masing reporter sudah bisa memulai liputan.

Setiap rubrik memiliki jadwal pengumpulan tulisan berbeda-beda. Hari Senin pukul 13.00 dijadwalkan sebagai tenggat waktu untuk rubrik Khatulistiwa, Taman Nasional, Nasional Ringkas, Seni Rupa/Teater, Sosok, Travel Ringkas, Arsitektur, dan Buku. Sedangkan, hari Selasa dijadwalkan *Feature*, Film, Resto, Musik. Hari Rabu Dunia, Nasional, Digital, Kesehatan, Bisnis Utama, Bisnis Dunia, Maritim, Lingkungan, Ekonomi Biru, Pedagogi. Hari Kamis Nasional Ringkas, Sains, Dunai Ringkas, Bisnis Ringkas, Fashion.

Reporter yang ditugaskan di masing-masing rubrik mengirimkan tulisannya sesuai jadwal tenggat waktunya. Tulisan akan dikirimkan kepada *Managing Editor*, yakni Hertasning Ichlas. Setelah masuk ke *Managing Editor*, akan melalui proses sunting bahasa ke Editor, yakni Arwani. Setelah melalui proses sunting, tulisan akan melalui proses *layout* yang akan ditangani oleh desainer grafis, Agus Sudaryono atau Syamsi Risyad, disesuaikan dengan halaman serta foto. Foto untuk masing-masing rubrik bisa menggunakan hasil fotografer Andrey Gromico, atau juga dicari oleh bagian periset foto, yakni Idham Rahmatanto. Setelah tulisan, foto, atau infografi sudah dimuat dalam halaman rubrik, maka hasil tulisan akan dikirimkan ke pemimpin redaksi, Farid Gaban untuk diperiksa dan nantinya akan disetujui bila sudah sesuai standar *The Geo Times*. Setelah majalah diperiksa dan mendapat persetujuan dari pemimpin redaksi, majalah akan disusun ke dalam format *Portable Document Format (PDF)*, yang nantinya akan dikirim ke percetakan Tempo Print di Palmerah. Setelah dicetak, majalah diantar ke kantor redaksi, sebelum akhirnya dikirim dan disebar.

UMMN