



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 Latar Belakang Perusahaan

2.1.1 Sejarah The Jakarta Post

The Jakarta Post yang dikenal oleh masyarakat sebagai media Indonesia berbahasa Inggris di Indonesia. The Jakarta Post muncul karena adanya rasa kecewa terhadap media asing yang melakukan pemberitaan yang bias di Indonesia. Akhirnya muncul dua orang yakni Ali Moertopo, Menteri Penerangan pada masa itu dan politisi Jusuf Wanadi yang mendirikan media Indonesia berbahasa asing yakni Inggris di Indonesia. The Jakarta Post pertama kali terbit pada 25 April 1983 dan menjadi salah satu media berbahasa asing yang berhasil bertahan pada krisis keuangan pada 1997. Saat ini, The Jakarta Post berada didalam naungan PT. Bina Media Tenggara untuk versi cetak atau fisik dan PT Niskala Media Tenggara yang menaungi versi daring atau online.

Kedua tokoh inilah yang menggagas lahirnya The Jakarta Post dan berusaha mencari media massa yang telah bersaing di Indonesia untuk membantu mendukung berdirinya sebuah media berbahasa asing gagasan Ali Moertopo dan Jusuf Wanadi. Keempat media tersebut adalah Kompas, mingguan Tempo, Suara Karya, dan Sinar Harapan (Bill Tarant, 2008). Keempat media tersebut adalah media yang sedang bersaing serta sudah memiliki kredibilitas di masyarakat. Selain alasan tersebut, Ali Moertopo dan Jusuf Wanadi ingin mengembalikan citra baik dari media berbahasa Inggris yang sempat tercoreng di masyarakat. Sebelum The Jakarta Post berdiri, sudah ada dua media berbahasa Inggris yang telah beredar di Indonesia. Media tersebut adalah *Indonesia Times* dan *Indonesia Observer*. Bahkan sejarah mencatat pada masa penjajahan Inggris di tanah Jawa, sudah ada surat kabar berbahasa Inggris bernama *Java Government Gazzete*.

Pertumbuhan The Jakarta Post dari cetakan pertama pada April 1983 mengalami fluktuasi dari tahun ke tahunnya. Di tahun 1983, The Jakarta Post berhasil mencetak 8.657 eksemplar dan dengan cepat bertambah

hingga menyentuh angka 17.840 eksemplar pada 1988, dalam 5 tahun bertambah lebih dari dua kali lipatnya di tahun 1983. Bahkan The Jakarta Post juga pernah terbit tanpa adanya pengiklan sama sekali. Namun, The Jakarta Post dapat bertahan dan melewati masa krisis keuangan pada 1997 dan tumbuh dengan menghasilkan 40.000 eksemplar pada 1998 dan memiliki 41.049 pelanggan per 1998.

Sekarang, The Jakarta Post telah memiliki lebih dari 85.000 eksemplar yang didistribusikan ke berbagai kalangan. The Jakarta Post juga berkembang dan memiliki medium lain yakni lewat internet. Medium lain itu berbentuk situs daring yang menyediakan konten artikel hingga video yang dikelola oleh PT Niskala Media Tenggara dan tiap bulannya mencapai 12 juta view yang terdiri dari 57% warga lokal dan 43% warga internasional.

2.1.2 Visi dan Misi The Jakarta Post

Visi

The Jakarta Post adalah sebuah perusahaan dengan beragam platform yang terus berkembang sebagai penyedia konten berbahasa Inggris di Indonesia, yang berakar pada kualitas jurnalistik tertinggi dan ikut mewujudkan nilai-nilai masyarakat kewargaan yang lebih manusiawi.

Misi

1. Perusahaan yang terus berkembang

Sebuah perusahaan yang terus bertumbuh secara sehat, pragmatis dalam kebijakan korporatnya, terbuka untuk kerjasama dengan mitra-mitra bisnis dengan mengandalkan kredibilitas dan kompetensi inti The Jakarta Post.

2. Beragam platform dan produk

Memperluas basis produk yang ada saat ini melalui beragam platform untuk mendatangkan sumber-sumber pendapatan baru sesuai dengan kompetensi inti The Jakarta Post.

3. Penyedia konten berbahasa Inggris

Menghasilkan dan terlibat dalam segala aktivitas dan informasi dalam bahasa Inggris berbasis pengetahuan dalam segala bentuk dan format dengan perspektif Indonesia yang terdidik.

4. Jurnalisme berkualitas

Berpegang teguh pada standar jurnalistik tertinggi, dan didukung oleh para profesional yang kompeten dan memiliki integritas yang tinggi.

5. Masyarakat kewargaan yang manusiawi

Menegakkan etika pluralisme, transparansi, kesetaraan kesempatan, kecintaan pada negara-bangsa dengan keyakinan bahwa kita secara bersama bisa menularkan nilai-nilai kemanusiaan universal dalam menciptakan masyarakat kewargaan yang lebih manusiawi.

2.1.3 Arti Logo The Jakarta Post

Gambar 2.1 LOGO THE JAKARTA POST

The logo for The Jakarta Post features the word "The" in a black serif font, "Jakarta" in a bold red serif font, and "Post" in a black serif font. The "J" in "Jakarta" is particularly large and prominent.

Logo The Jakarta Post terdiri dari tiga kata dan dua warna. Kata “*The*” ingin memberikan kesan perkenalan kepada masyarakat, sementara “*Jakarta*” dan “*Post*” memberikan sebuah kebanggaan pada *brand* mereka tanpa sebuah sikap arogansi. Warna merah pada logo “*Jakarta*” menjelaskan bahwa nilai dan kebudayaan *brand* tersebut adalah kota Jakarta sendiri.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

The Jakarta Post memiliki struktur organisasi yang terdiri dari divisi konten dan divisi bisnis. Divisi konten terdiri dari redaksi serta produksi, sementara divisi bisnis terdiri dari iklan, distribusi, dan teknik.

2.2.1 Jajaran Pimpinan The Jakarta Post

EDITORIAL

Editor-in-Chief/Guarantor : Nezar Patria

Senior Managing Editor : Kornelius Purba

Managing Editors : Primastuti Handayani, M. Taufiqurrahman, Damar
Harsanto, Evi Mariani, Ary Hermawan

Senior Editors : Vincent Lingga

Editorial Advisory Board : Fikri Jufri, Djisman Simanjuntak

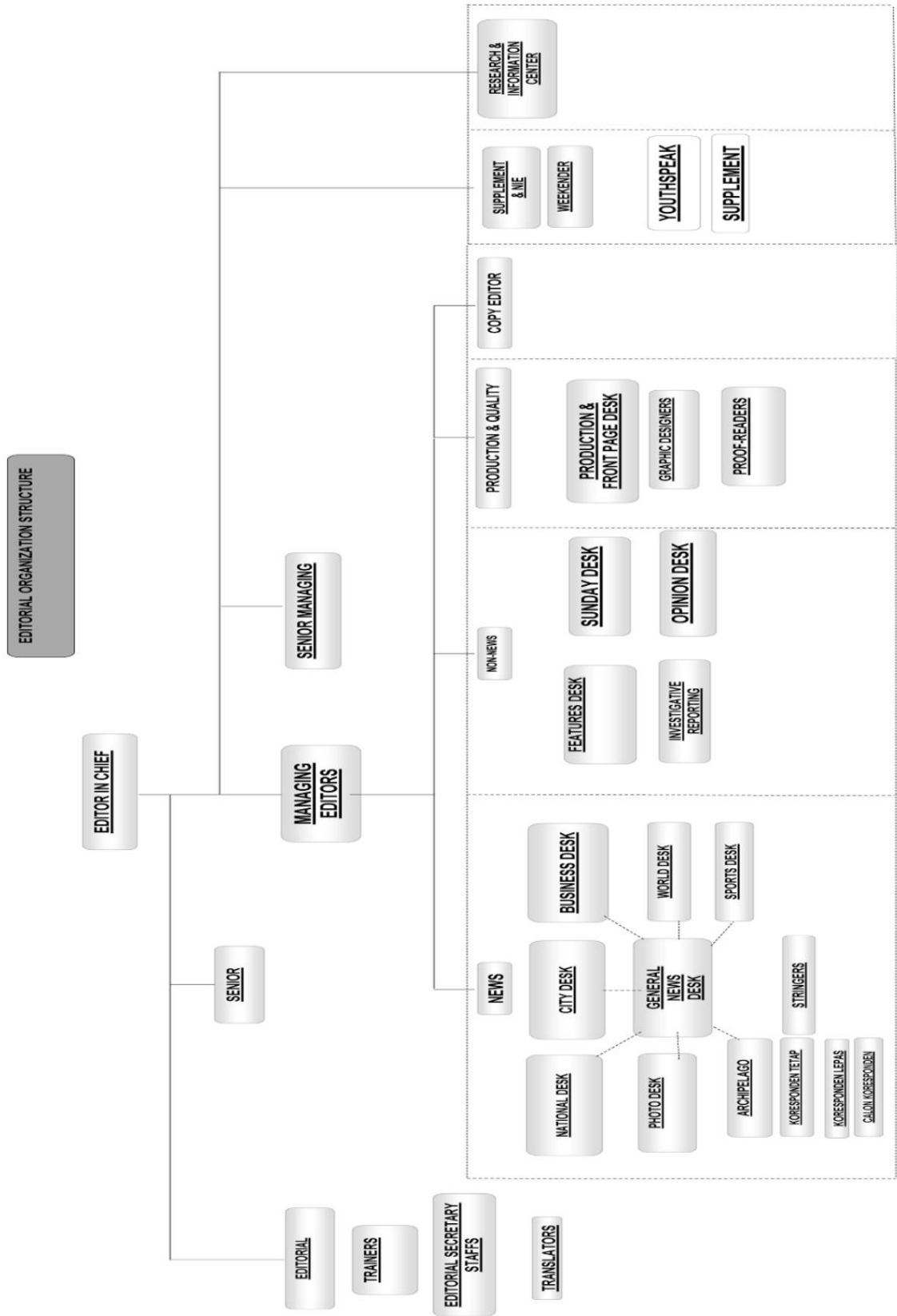
Ombudsman : Vincent Lingga

Editorial Staff : Adisti Sukma Sawitri, Agnes Anya, Ahmad Junaidi, Arief Suhardiman S., Ary Hermawan, Ati Nurbaiti, Bambang Nurbianto, Budhi Button, Corry Elyda, Damar Harsanto, Desy Nurhayati, Dhoni Setiawan, Dwi Atmanta, Dylan Amirio, Elly Burhaini Faizal, Fachrul Sidiq, Farida Susanty, Fedina S. Sundaryani, Grace D. Amianti, Haeril Halim, Hans David Tampubolon, Hendarsyah Tarmizi, Ida Indawati Khouw, Imanuddin Razak, Ina Parlina, Indah Setiawati, Indra Budiari, Irawaty Wardany, Ivany Atina Arbi, I Wayan Juniartha, Jerry Adiguna, Kurniawan Hari Siswoko, Linda Hollands Sjahlim, Linda Yulisman, Margareth S. Aritonang, Moses Ompusunggu, Musthofid, Niken Prathivi, Novan Iman Santosa, Nurul Fitri Ramadhani, Pandaya, Prima Wirayani, Pujianto Johan Leo, R. Berto Wedhatama, Ricky Yudhistira, Safrin La Batu, Seto Wardhana, Sri Wahyuni, Stefani Ribka, Stevie Emilia, Tama Salim, Tertiani ZB Simanjuntak, Veeramalla Anjaiah, Viriya P. Singgih, Wendra Ajistyatama, Winda A. Charmila, Winny Tang, Y. Dicky Christanto

2.2.2 Struktur Organisasi The Jakarta Post

Struktur organisasi *The Jakarta Post* di mana penulis melakukan praktik kerja magang adalah sebagai gambar berikut.

Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi The Jakarta Post



2.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi Fotografi *The Jakarta Post*

Dalam jangka waktu tiga bulan yang diberikan pihak *The Jakarta Post* untuk penulis melakukan proses kerja magang, penulis menduduki divisi fotografi dan tidak secara spesifik ditempatkan di salah satu *desk*. Fotografer di harian *The Jakarta Post* dituntut untuk bisa menguasai segala situasi, sehingga selama proses kerja magang, penulis telah mengisi *desk* atau kanal daring *Features, Lifestyle, National, City, World*.

Penulis selaku jurnalis foto punya tuntutan untuk meliput berbagai peristiwa yang dibutuhkan tiap desk atau kanal di *The Jakarta Post*. Oleh karena itu dibutuhkan kepekaan terhadap isu atau peristiwa sehingga punya persiapan informasi serta tampilan visual yang diperlukan dalam peliputan. Hal ini berhubungan dengan tanggung jawab divisi foto dalam menyediakan foto yang siap diserahkan untuk naik cetak atau naik website pada medium yang tersedia. Agenda yang diliput jurnalis foto di *The Jakarta Post* tidak selalu berdampingan dengan reporter yang akan menulis berita, penulis sendiri mengalami hal ini hingga terbiasa untuk meliput sendiri. Hal ini dikarenakan kedudukan foto dianggap berimbang dengan sebuah tulisan di koran.

Setiap harinya, editorial *The Jakarta Post* melakukan rapat redaksi untuk menentukan liputan apa yang akan dimuat dihari berikutnya. setiap jam 14.00, bel di ruang redaksi berbunyi yang menandakan para editor dari masing-masing *desk* harus berkumpul dengan *managing editorial* dan divisi-divisi lain termasuk divisi foto. Dari divisi foto akan diwakilkan oleh *Photo editor*, R. Berto wedhatma, atau diwakilkan dengan *Deputy Editor*, Ricky Yudhistira ataupun *Deputy Editor Assitant*, Jerry Adiguna apabila *photo editor* utama berhalangan.

Dalam rapat tersebut, masing-masing pemimpin *desk* akan menyampaikan peliputan apa saja yang dapat dimuat untuk keesokan harinya. Divisi foto berperan untuk melengkapi kalau ada peliputan yang membutuhkan, namun juga mengusulkan foto-foto lepas atau tunggal (tanpa peliputan) yang akan naik.

Berhubungan dengan hal ini, para pewarta foto *The Jakarta Post* harus melakukan *budgeting* atau melaporkan kepada *editor* melalui *whatsapp Group* agenda apa saja yang akan diliput, sehingga pada saat rapat tersebut, *editor* dapat mengajukan peliputan-peliputan tersebut.

Berikut adalah tanggungjawab dari masing-masing jabatan yang ada didalam divisi foto The Jakarta Post:

Photo Editor berwenang untuk memutuskan foto apa yang akan digunakan untuk setiap edisinya. *Photo Editor* juga harus bisa menyesuaikan foto-foto yang naik dengan isu yang terjadi dalam hari itu. Seluruh *desk* yang ada di dalam editorial yang membutuhkan foto untuk melengkapi bahan liputan para jurnalisnya di lapangan, harus melewati *Photo Editor*.

Deputy Editor memiliki wewenang yang hampir sama dengan *photo editor*. Hal ini dikarenakan seorang *deputy editor* harus dapat menggantikan atau mem *backup photo editor* ketika sedang berhalangan. Namun seorang *deputy editor* harus mengkomunikasikan terlebih dahulu kepada *photo editor* foto-foto apa saja yang akan dicetak untuk edisi keesokan harinya.

Photo Research and Archieve berwenang untuk mengunduh foto-foto terkait sebuah peristiwa pada hari itu, yang tidak dimiliki oleh kantor (tidak tercover liputan) dari biro- biro media (*wires*). Setelah diunduh, maka harus ada komunikasi dengan *photo editor* apakah foto tersebut perlu dinaikan atau tidak. Dalam hal ini, The Jakarta Post khususnya divisi foto berlangganan dengan beberapa *wires* antara lain Antara Foto, Reuters, AFP.

Photojournalist bertanggungjawab untuk turun ke lapangan dan meliput agenda-agenda yang telah diberikan oleh *photo editor*. Selain itu, *photojournalist* juga harus bisa mencari ide peliputan tersendiri apabila tidak ada agenda yang diberikan. *Photojournalist* juga harus melakukan sebuah peliputan mendalam dalam bentuk *photo story* di mana di dalamnya harus ada proses riset sebelum membuat sebuah *story*. Secara inti, seorang *photojournalist* bertugas untuk melakukan peliputan dan mengolahnya, membuat *caption*, dan kemudian, mengirimnya ke kantor.

Dalam melakukan program kerja magang, penulis berada di bawah arahan *photo editor* dan fotografer-fotografer lain untuk pemberian agenda kerja yang harus diliput. Apabila tidak ada agenda yang diberikan kepada penulis, maka penulis diminta untuk *hunting* atau mencari peristiwa di seputaran Jakarta yang mungkin memiliki nilai bertita. Pada sebuah kesempatan, penulis juga diminta

untuk *standby* baik itu dikantor maupun diluar untuk berjaga-jaga apabila ada berita-berita yang tidak terduga.

Dalam agenda peliputan harian, setiap jurnalis foto di *The Jakarta Post* termasuk penulis diwajibkan untuk dapat mengirimkan hasil liputan melalui surel ke kantor sebelum pukul 14.00 dengan tujuan foto dapat dibawa ke dalam rapat redaksi. Foto yang dikirim haruslah sudah melalui tahap sunting atau *editing* dan juga diisi *metadata*-nya termasuk *caption*.

Gambar 2.3 Struktur Divisi Foto *The Jakarta Post*

