



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 *THE JAKARTA POST*

2.1. Profil *The Jakarta Post*

2.1.1. Sejarah dan Perkembangan *The Jakarta Post*

The Jakarta Post lahir karena tidak adanya harian berbahasa Inggris yang dapat mewartakan keadaan Indonesia saat itu. Gagasan untuk mendirikan harian berbahasa Inggris yang menyajikan berita dalam perspektif Indonesia muncul dalam pembicaraan antara Menteri Informasi Ali Moertopo dan politikus dari Partai Golongan Karya (Golkar) Jusuf Wanandi (Tarrant, 2008, p. 47). Di akhir tahun 1982, PT Bina Tenggara berdiri atas usulan Jusuf Wanandi. Perusahaan yang nantinya mengayomi *The Jakarta Post* merupakan perusahaan kolektif yang dimiliki oleh empat media terbesar di Indonesia yang saling bersaing: Suara Karya (media penyuar Partai Golkar), harian pagi Kompas, harian siang Sinar Harapan, dan majalah mingguan Tempo. Target pasar *The Jakarta Post* adalah untuk warga negara asing dan orang-orang Indonesia yang berpendidikan tinggi (Tarrant, 2008, pp. 47, 52-57).

Pada tanggal 25 April 1983, *The Jakarta Post* terbit untuk pertama kalinya. Sebanyak 5.474 eksemplar yang dicetak di percetakan Harian Kompas menggapai para pembaca di hari pertama terbit. Edisi perdana *The Jakarta Post* terdiri dari delapan halaman. Awalnya, tidak ada berita yang ditulis dari liputan langsung. Para editor *The Jakarta* saat itu banyak mengutip berita yang diproduksi oleh media lokal dan dari *newswire*, dengan judul yang disusun menggunakan gaya kebaratan.

Salah satu tantangan *The Jakarta Post* saat itu adalah penyensoran. Tarrant (2008, p. 82) menyebut beberapa hal yang tabu untuk disentuh oleh media: peristiwa tahun 1965; kritik terhadap dwifungsi ABRI dan sikap militer terhadap isu HAM; gerakan separatis di Timor Timur; hak tanah rakyat (terlebih bila melibatkan militer); berita terkait diskriminasi SARA; dan apa

yang dilakukan oleh Presiden Soeharto dan anggota keluarganya. Jumlah koran *The Jakarta Post* yang beredar dalam lima tahun pertamanya berlipat ganda dari 8.657 pada tahun 1983 ke 17.480 di tahun 1988, dengan 62 per sen pembaca eskpatriat (Tarrant, 2008).

Di tahun 1991, redaktur pelaksana Majalah *TEMPO* Susanto Pudjomartono menggantikan posisi Sabam Siagian. Kedatangan Susanto sebagai redaktur pelaksana yang baru juga membawa sejumlah perubahan pada alur kerja *newsroom* dan gaya pemberitaan *The Jakarta Post*. Berita lokal yang ditampilkan di halaman utama diperbanyak dan mayoritas berbau politik, meskipun sudah berkali-kali dihubungi oleh pihak militer untuk tidak menulis berita yang sensitif. *The Jakarta Post* juga membuka peluang bagi rakyat untuk bersuara melalui kolom opini.

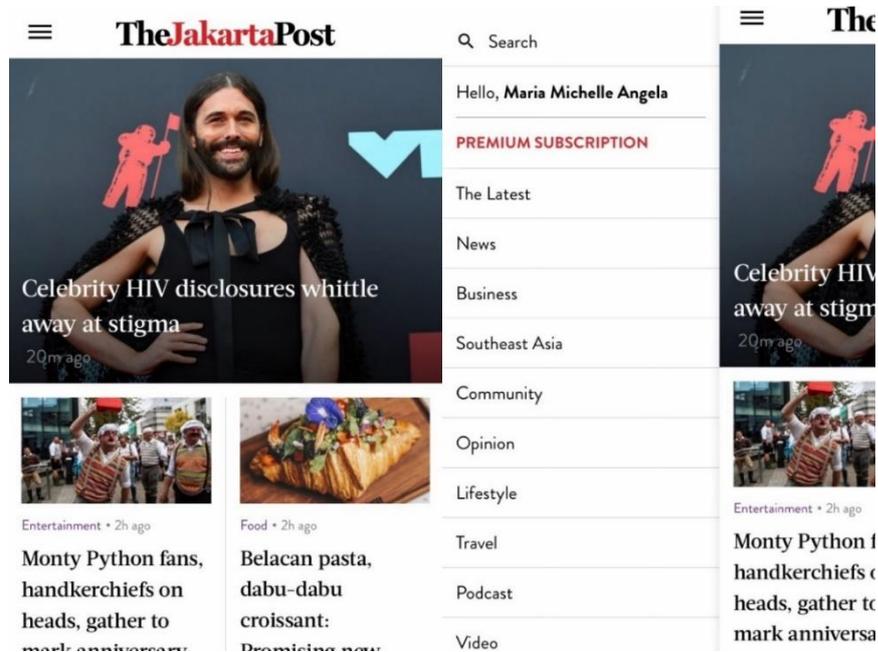
The Jakarta Post berhasil mengarungi krisis moneter Asia di tahun 1997 dan melewati kerusuhan tahun 1998 sembari tetap melakukan peliputan demonstrasi mahasiswa dan lengsernya Soeharto dari jabatan Presiden Republik Indonesia (Tarrant, 2008, pp. 168, 180-188). Krisis moneter menyulitkan *The Jakarta Post* saat itu. *Reporting Indonesia: The Jakarta Post Story* menyebut banyak ekspatriat memilih untuk meninggalkan Indonesia dan menyebabkan penurunan sirkulasi koran *The Jakarta Post* dari 51.000 ke 28.000 di 1998 (2008, p. 200). Tarrant juga menyimpulkan bahwa *The Jakarta Post* selamat dari krisis moneter karena banyak pesaing yang gulung tikar (2008, p. 247).

Di hari jadi ke-25 *The Jakarta Post*, redaksi *The Jakarta Post* dipindahkan ke gedung kantornya yang sekarang di Palmerah. Perpindahan tersebut mendampingi debut situs web *The Jakarta Post*, thejakartapost.com. Direktur Eksekutif Daniel Remberth dalam Tarrant mengungkapkan bahwa awak media *The Jakarta Post* harus mempersiapkan diri untuk menghadapi digitalisasi dan transisi dari web 2.0 ke web 3.0 (2008, pp. 247, 256-258). *The Jakarta Post* masih melakukan digitalisasi media dan tengah menjalani masa transisi tersebut hingga tahun 2019. Menurut Irawaty Wardany dan Arientha Primanita, editor desk *city The Jakarta Post*, *The Jakarta Post* akan perlahan mengalihkan sumber pendapatan mereka dari produk digital. Halaman *The*

Jakarta Post per November 2019 terhitung sebanyak 16 halaman (Personal interview, 2019). Berdasarkan laporan yang diberikan oleh tim pemasaran dan penjualan *The Jakarta Post* kepada penulis, sirkulasi koran mereka mencapai 88.000 per harinya, dengan persentase 90% pelanggan dan 10% nonpelanggan, dan 70% WNI dan 30% ekspatriat. Sementara itu, pelanggan *e-paper* mereka mencapai 13.500 (*The Jakarta Post*, 2019).

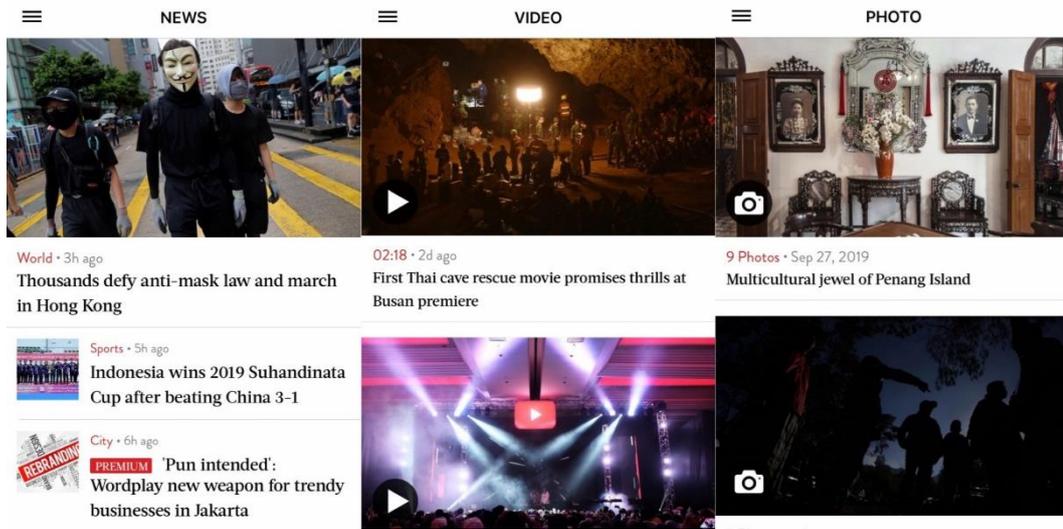
Seperti amanah Remberth, *The Jakarta Post* juga telah mengembangkan web 3.0 dengan membuat akun media sosial dan aplikasi untuk menggapai khalayak. Di platform *Instagram*, *The Jakarta Post* memiliki 2 akun, yaitu @jakpostimages dan @jakpostlife. Di platform *Twitter*, *The Jakarta Post* menggunakan *username* @jakpost dan sudah menjadi akun yang diverifikasi oleh *Twitter*. *The Jakarta Post* juga sudah memulai mengembangkan aspek pemberitaan yang multimedia melalui media sosial seperti *YouTube* untuk video dan *Spotify* untuk podcast. Berikut adalah gambar tangkapan layar akun media sosial *The Jakarta Post* dalam berbagai platform (Gambar 2.1 hingga Gambar 2.7)

Gambar 2.1. Tampilan aplikasi The Jakarta Post



Sumber: Angela, 2019

Gambar 2.2. Tampilan aplikasi The Jakarta Post pada bagian *News*, *Video*, dan *Photo*



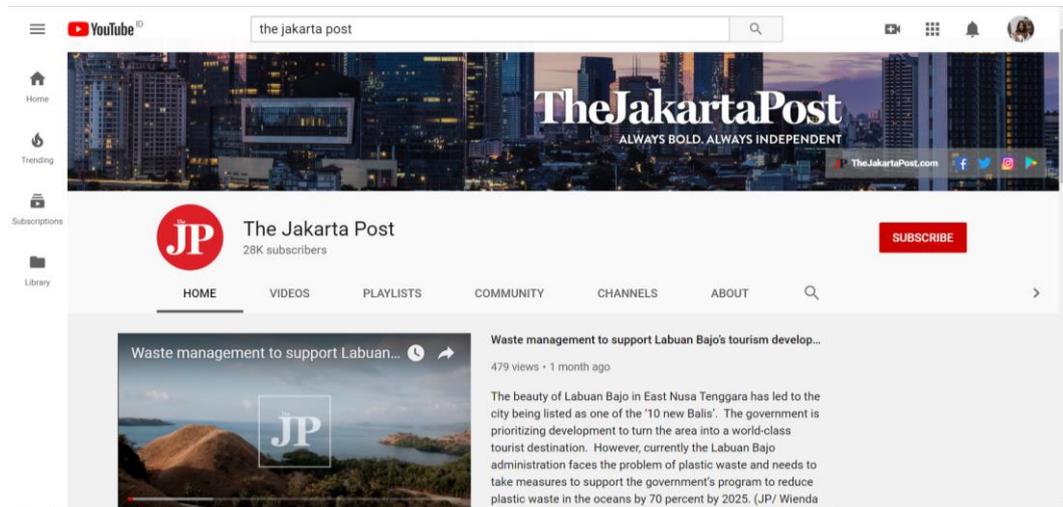
Sumber: Angela, 2019

Gambar 2.3. Tampilan situs web The Jakarta Post



Sumber: Angela, 2019

Gambar 2.4. Media sosial The Jakarta Post (YouTube)



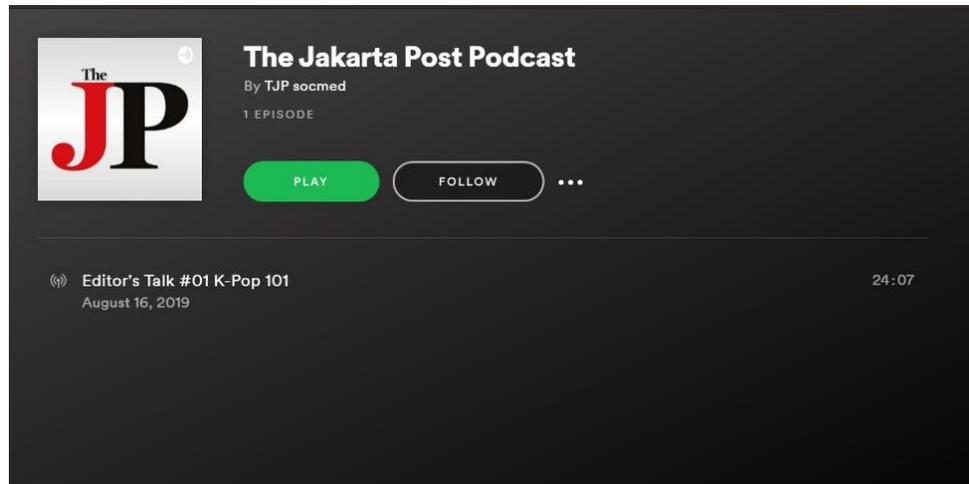
Sumber: Angela, 2019

Gambar 2.5. Media sosial The Jakarta Post (Instagram)



Sumber: Angela, 2019

Gambar 2.6. Medium *podcast* The Jakarta Post di Spotify



Sumber: Angela, 2019

Gambar 2.7. Akun *Twitter* The Jakarta Post



Sumber: Angela, 2019

2.1.2. Visi & Misi *The Jakarta Post*

Berdasarkan dokumen yang penulis dapatkan dari Sekretaris Redaksi *The Jakarta Post*, visi dan misi *The Jakarta Post* adalah sebagai berikut:

2.1.2.1. Visi *The Jakarta Post*

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.

2.1.2.2. Misi *The Jakarta Post*

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 & 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 berbahasa 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-sama bisa menularkan nilai-nilai kemanusiaan universal dalam menciptakan masyarakat kewargaan yang lebih manusiawi.

2.1.3. Makna Logo *The Jakarta Post*

Gambar 2.8. Logo *The Jakarta Post* yang digunakan hingga Maret 2016



Sumber: Arsip Wikipedia, 2019

Gambar 2.9. Logo *The Jakarta Post* per April 2016



Sumber: Arsip Wikipedia Indonesia, 2019

Saat melakukan *brand rejuvenation* di hari jadinya yang ke-33, *The Jakarta Post* mengubah wajahnya secara total—mulai dari logo (perubahan dari Gambar 2.8 ke Gambar 2.9), tampilan situs web, jumlah halaman koran, pemberhentian edisi Hari Minggu, lahirnya majalah J+, dan berbagai macam perubahan lainnya. Desain logo yang baru memiliki kesan yang simpel dan bersih, juga melambangkan peluncuran ulang situs web *The Jakarta Post*. Dalam salah satu artikelnya pada tanggal 26 April 2016, Tim Editorial *The Jakarta Post* menjelaskan bahwa sama seperti logo tersebut, situs web yang menarik, mudah digunakan, dan mudah dinavigasi dapat memberikan keuntungan bagi *The Jakarta Post* dalam persaingan ketat media. (The Jakarta Post, 2016)

Logo *The Jakarta Post* memiliki dua warna dalam tiga kata. “*The*” memberikan kesan permulaan kepada masyarakat, sedangkan kata “*Jakarta*” dan “*Post*” melambangkan *brand* media itu sendiri. Warna merah pada logo “*Jakarta*” merupakan simbol dari esensi nilai dan kebudayaan *brand* tersebut terletak pada kota Jakarta itu sendiri. *The Jakarta Post* juga memiliki slogan “*Always Bold. Always Independent.*” yang memiliki terjemahan “Selalu Berani. Selalu Independen.” Slogan tersebut menggambarkan karakter *The Jakarta Post* sebagai media dan juga beresonansi dengan warna merah pada logo yang sering dikaitkan dengan keberanian.

2.2. Struktur Organisasi The Jakarta Post

Struktur organisasi *The Jakarta Post* terdiri dari dua divisi, yaitu Divisi Bisnis dan Divisi Konten. Divisi Bisnis memiliki tiga subdivisi, yaitu: iklan, distribusi, dan teknik. Sementara Divisi Konten mencakup redaksi dan produksi. Berikut adalah jajaran pimpinan *The Jakarta Post*.

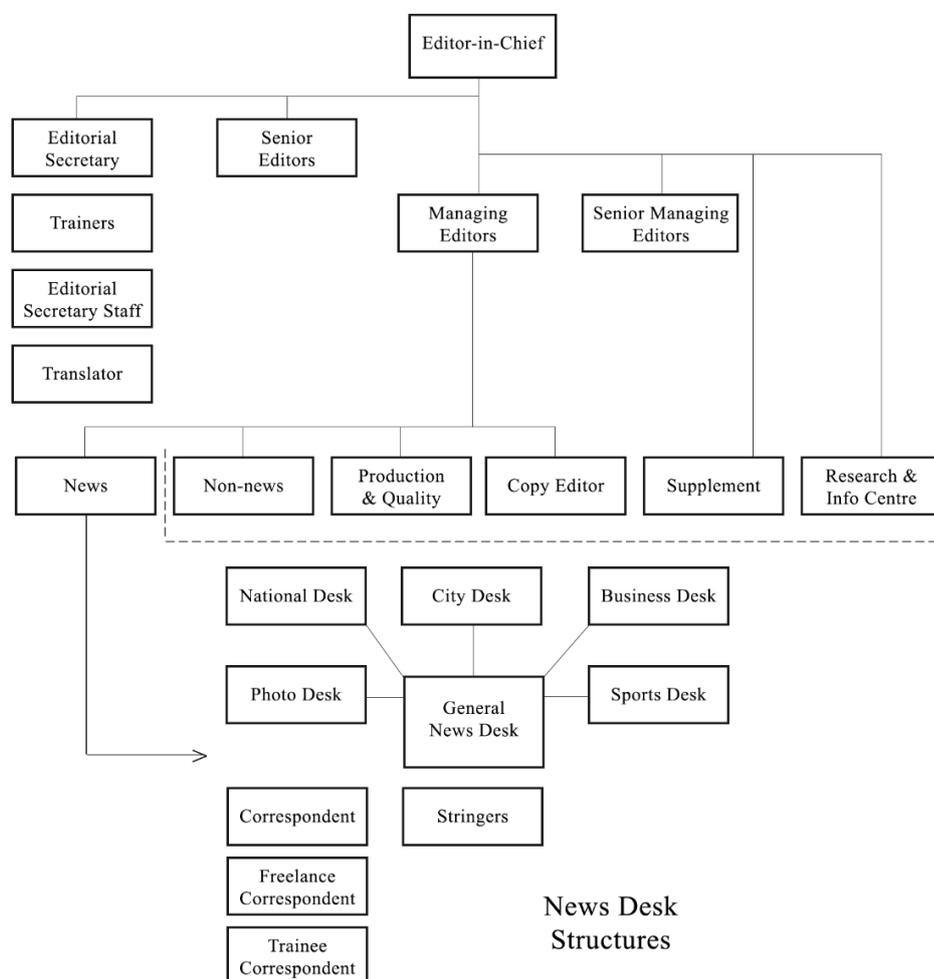
Tabel 2.1. Jajaran Pimpinan *The Jakarta Post*

<i>Boards of Directors</i>	Jusuf Wanandi Marcella Lestari Endy M. Bayuni Riyadi Suparno Judistira Wanandi
<i>Editor-In-Chief</i>	Nezar Patria
<i>Senior Managing Editors</i>	Kornelius Purba
<i>Managing Editors</i>	Primastuti Handayani M. Taufiqurrahman Damar Harsanto Evi Mariani Ary Hermawan

<i>Senior Editor</i>	Vincent Lingga
<i>Editorial Advisory Board</i>	Fikri Jufri Djisman Simanjutak
<i>Ombudsman</i>	Vincent Lingga
<i>Editorial Staff</i>	Adisti Sukma Sawitri, Ahmad Junaidi, Arief Suhardiman S., Arientha Primanita, Bambang Nurbianto, Budhi Button, Dhoni Setiawan, Dwi Atmanta, Dian Septiari, Elly Burhaini Faizal, Esther Samboh, Gemma Holliani Cahya, Hans David Tampubolon, Imanuddin Razak, Ina Parlina, Indah Setiawati, Irawaty Wardany, Ivany Atina Arbi, I Wayan Juniarta, Jerry Adiguna, Kurniawan Hari Siswoko, Kharishar Kahfi, Keshie Hernitaningtyas, Linda Hollands Sjahlim, Marchio Irfan Gorbiano, Maria Wening Gitomartoyo, Margareth S. Aritonang, Marguerite Afra Sapiie, Musthofid, Muthi Achadiat Kautsar, Niken Prathivi, Novan Iman Santosa, Nurul Fitri Ramadhani, Prima Wirayani, Pujiyanto Johan Leo, R. Berto Wedhatama, Ricky Yudhistira, Ramadani Saputra, Seto Wardhana, Sri Wahyuni, Stevie Emilia, Tama Salim, Tertiani ZB Simanjutak, Veeramalla Anjaiah, Wendra Ajistyatama, Y. Dicky Christanto, Yuliasri Perdani

Adapun bagan struktur organisasi editorial *News The Jakarta Post* adalah sebagai berikut:

Bagan 2.1. Susunan redaksi editorial *News The Jakarta Post*



Sumber: Litbang *The Jakarta Post*, 2019

Pada umumnya, bagian editorial *The Jakarta Post* yang memproduksi berita terbagi menjadi 2 kategori, yaitu *News* dan *Non-news*. Keduanya terdiri dari sejumlah *desk*, yaitu:

1. *World*: berita tentang kejadian-kejadian di luar negeri
2. *National*: berita seputar Indonesia yang memiliki pengaruh dalam skala nasional. Ranah pemberitaan *desk* nasional terdiri dari isu-isu politik, hukum, kesehatan, agama, dan pendidikan.

3. *City*: memuat semua yang terjadi di daerah megapolitan Jabodetabek. Terkadang, isu yang diliput bersinggungan dengan isu nasional, karena Jakarta merupakan ibu kota Indonesia. Koordinasi antar *desk* diperlukan.
4. *Business*: berita mengenai ekonomi makro-mikro, dan bisnis internasional.
5. *Sports*: *desk* ini memberitakan segala sesuatu yang berhubungan dengan olahraga. Berita olahraga kebanyakan diambil dari *newswire*, karena di Indonesia sendiri tidak memiliki banyak acara olahraga.
6. *Photos*: *desk* yang menyediakan foto untuk mendampingi teks berita. *The Jakarta Post* juga berlangganan foto (serta teks dan grafik lainnya) dari kantor berita asing untuk berita yang tidak dapat dijangkau oleh *The Jakarta Post*.
7. *Opinions*
8. *Features*: berita *soft news* yang mengangkat topik yang *timeless* seperti kesenian, kesehatan, tren mode atau makanan, gaya hidup, dan lain-lain.
9. *Life*

Setiap *desk* memiliki kepala *desk* yang dalam pekerjaannya dibantu oleh *deputy editors*. *Desk city* sendiri merupakan bagian dari divisi *news*, dan berita-berita yang dihasilkan oleh *desk city* digolongkan menjadi *general news*.

2.3. Ruang Lingkup Kerja *Desk City*

Semasa menjalankan praktik kerja magang, penulis ditempatkan di *desk city* di bawah pimpinan *City Editor*. *City Editor* mengemban tanggung jawab untuk menentukan berita megapolitan yang akan dimuat di surat kabar atau diunggah ke situs web sesuai dengan agenda, juga menyeleksi foto-foto yang akan mendampingi teks berita. Dalam melaksanakan tugasnya, *City Editor* dibantu oleh dua orang *deputy editors*. *City Editor* dan *deputy editors* membagi tugas untuk menyunting berita-berita yang sudah ditulis dan dikumpulkan oleh reporter.

Desk city terdiri dari 8 anggota yang mencakup satu orang *City Editor*, 2 orang *deputy editors*, dan 5 orang reporter. Posisi *City Editor* dipegang oleh Irawaty Wardany, dimana Irawaty Wardany juga berperan sebagai pembimbing penulis selama melaksanakan praktik kerja magang. Di bawah pimpinan *City Editor*,

terdapat dua *deputy editors*, yaitu Arientha Primanita dan Ida Indawati Khouw. Pada pertengahan Oktober 2019, Ida Indawati Khouw mengundurkan diri dari *The Jakarta Post*, sehingga per November 2019, *desk city* hanya memiliki 2 editor yang aktif, seperti yang dijelaskan di Tabel 2.2:

Tabel 2.2. Susunan anggota *desk city The Jakarta Post*

Jabatan	Nama
<i>City Editor</i>	Irawaty Wardany
<i>Deputy Editors</i>	Arientha Primanita Ida Indawati Khouw (keluar dari The Jakarta Post pertengahan Oktober 2019)
<i>Reporters</i>	A. Muh. Ibnu Aqil Budi Sutrisno Nina A. Loasana Sausan Atika Vela Andapita Maria Michelle Angela