



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 Profil Perusahaan

2.1.1 Sejarah Singkat National Geographic Indonesia

National Geographic Indonesia adalah media *franchise* dinaungi oleh Kompas Gramedia yang berasal dari media National Geographic yang berbasis di New York, Amerika Serikat. Awalnya media ini lahir dari yayasan non-profit yang dengan nama National Geographic Society yang dipimpin oleh Gardiner Greene Hubbard yang berikutnya digantikan oleh Alexander Graham Bell pada 27 Januari 1888.

Media pertama yayasan tersebut lahir pada Oktober 1888 dengan nama National Geographic Magazine (NGM) yang bertujuan untuk menyajikan pemahaman mengenai alam semesta kepada masyarakat. Fokus pembahasan pada media ini sejak awal membahas isu lingkungan, geografi, ilmu pengetahuan, sejarah, dan planet bumi. Sampai hari ini, majalah National Geographic telah diterbitkan di 60 negara dengan 30 bahasa. Secara keseluruhan majalah tersebut telah tercetak 9,5 juta eksemplar per bulan di seluruh dunia.

Berdasarkan wawancara penulis dengan Mahandis Yoanata Thamrin, *managing editor* majalah tersebut, National Geographic Indonesia sendiri diresmikan pada 28 Maret 2005 oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono di Gedung Arsip Nasional, Jakarta. Peresmian tersebut juga disaksikan oleh penerbit majalah Jakob Oetama. Selama eksis di Indonesia, National Geographic Indonesia telah menerbitkan majalah pertama kali pada 25 April 2005.

Kemudian pada Januari 2009, menerbitkan majalah edisi khusus mengenai kebutuhan pelancong dan berpelesiran baik di luar negeri maupun

di dalam negeri dengan edisi National Geographic Traveler, namun tidak terbit lagi pada 2017 karena kurangnya minat pembaca kepada majalah National Geographic Traveler.

Selain edisi cetak, National Geographic juga hadir dalam edisi *online* dengan situs www.nationalgeographic.co.id untuk memenuhi kebutuhan informasi yang cepat, baru, dan mudah diakses oleh pembaca. Dalam situs media *online*-nya, National Geographic memiliki kolom berita dalam ragam kategori seperti Sains dan Teknologi, Sosial, Budaya, Arkeologi, Sejarah, Alam, Lingkungan, Kesehatan Antariksa, dan *Travel*. Media *online* National Geographic Indonesia hadir sejak 2007 yang kemudian mempunyai alamat alternatif menjadi www.nationalgeographic.grid.id sejak 2008 agar mudah berkoordinasi dengan media-media *online* yang berada di bawah Kompas Gramedia.

2.1.2 Visi dan Misi

Visi dan misi National Geographic Indonesia penulis dapatkan dengan wawancara *managing editor* National Geographic Indonesia, Mahandis Yoanata Thamrin.

Visi:

Inspiring people to care about the planet

Misi:

Mengubah dunia dengan kekuatan ilmu pengetahuan, penjelajahan, dan kisah

2.1.3 Logo National Geographic Indonesia

Gambar 2.1 Logo National Geographic Indonesia



Pada tahun 1970, Melvin M. Payne yang menjabat sebagai kepala National Geographic Society memperkenalkan logo di atas sebagai *trademark*. Logo yang berbentuk persegi panjang difilosofikan sebagai jendela dunia yang merupakan pembatas dan penghubung ke dunia luar. Warna kuning pada *frame* persegi panjang tersebut difilosofikan dengan warna matahari yang menandakan pengetahuan, kemajuan teknologi dan modernisasi yang semakin berkembang.

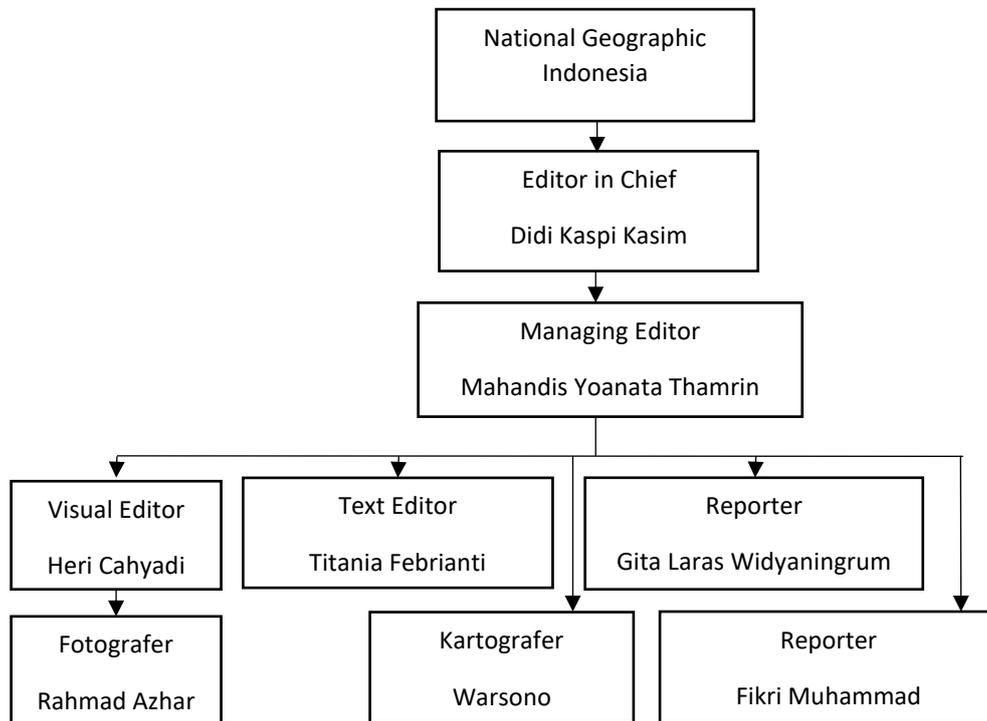
Tulisan National Geographic menggunakan *font* yang *Semi-Bold* digunakan sebagai bentuk tulisan resmi National Geographic di seluruh dunia, termasuk Indonesia.

2.1.4 Kanal *Online* National Geographic Indonesia

Pada media *online* National Geographic Indonesia terdapat 5 kanal, yaitu Berita, Foto Lepas, Majalah, Indonesia 360, Jurnal Xplorasi. Penulis sebagai reporter pada kanal berita, kanal tersebut memiliki 10 sub-kanal, yaitu Sains dan Teknologi, Sosial, Budaya, Arkeologi, Sejarah, Alam, Lingkungan, Kesehatan, Antariksa, dan *Travel*.

2.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan

Tabel 2.1 Struktur Redaksi National Geographic Indonesia



2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Redaksi

Redaksi National Geographic Indonesia terdiri dari 8 orang yang menjabat dalam susunan ini yang disebut sebagai *Editorial Department* yang menghasilkan konten-konten berita yang akan diterbitkan dalam majalah dan situs *online* National Geographic Indonesia.

Divisi teratas pada National Geographic Indonesia dimulai dari *Editor in Chief* yang bertugas sebagai pemimpin redaksi National Geographic Indonesia yang bertanggung jawab atas seluruh pemberitaan yang sudah diterbitkan. Kemudian di bawahnya terdapat *Managing Editor* yang bertugas sebagai editor untuk menyunting hasil liputan yang telah ditulis dalam majalah maupun *website* National Geographic, dan sebagai redaktur pelaksana yang memberikan tugas liputan kepada reporter.

Bawah dari struktur redaksi, memiliki banyak *desk* yang berperan penting dalam publikasi majalah National Geographic maupun *website*. Terdapat *visual editor* yang menyunting tampilan visual majalah maupun *website*, menyunting, dan memberi penugasan foto kepada fotografer yang bertugas untuk mengambil

gambar sebagai informasi tambahan dan memperkaya visual tulisan. Kartografer berperan sebagai pembuat desain peta geografi yang akan ditampilkan beserta artikel. *Text editor* bertanggung jawab untuk menyunting semua artikel majalah maupun di *website* dari reporter sebelum dipublikasikan. Terakhir, terdapat divisi reporter yang dijadikan posisi dalam bekerja magang selama di National Geographic Indonesia yang bertugas untuk membuat konten dan melakukan wawancara untuk dipublikasikan di *website* National Geographic Indonesia.