

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil Perusahaan

“*Always Bold, Always Independent*” merupakan slogan *The Jakarta Post* sejak awal berdiri. Melalui slogan ini, mereka berusaha untuk selalu menerapkan tulisannya dengan berpedoman pada prinsip-prinsip dasar jurnalisme ditambah dengan pengetahuan lebih untuk pembacanya dengan memberikan informasi menyeluruh dengan tidak mengabaikan kaidah jurnalistik. Media cetak lokal *The Jakarta Post* memiliki karakteristik berbahasa Inggris dan menjadi media berita berbahasa Inggris pertama dengan ciri utama bahasa yang berbeda dari media Indonesia lain, khususnya karena bahasa Inggrisnya yang lebih *concise* atau padat. Berita *The Jakarta Post* tidak terlepas dari 5W+1H yang ditambah konteks dan informasi latar belakang tambahan mengingat pembaca *The Jakarta Post* yang sebagian besar merupakan komunitas asing dan tidak semuanya telah lama tinggal di Indonesia sehingga mereka membutuhkan informasi tentang bagaimana situasi dan kondisi Indonesia agar pembaca bisa lebih mudah memahami.

##### 2.1.1 Sejarah *The Jakarta Post*

Awal pencetusan surat kabar *The Jakarta Post* dimulai pada pertengahan 1982 ketika Menteri Penerangan saat itu, Ali Moertopo dan perwakilan Surat Kabar Suara Karya, Jusuf Wanandi berdialog. Awalnya, Ali Moertopo tidak senang dengan ketidakberimbangan peliputan di Indonesia oleh organisasi berita asing padahal, pada saat itu banyak kejadian besar seperti kekuasaan diktator Soeharto pada masa pemerintahan rezim Orde Baru. Oleh karena itu, sangatlah penting bagi Moertopo adanya keberadaan surat kabar Indonesia berbahasa Inggris dengan kualitas yang mumpuni sebagai negara Asia Tenggara terbesar untuk bisa melaporkan apa yang Indonesia rasakan. Diharapkan kehadiran surat kabar berbahasa Inggris

ini dapat memberikan pandangan atau perspektif baru dalam memandang Indonesia (Tarrant, 2008, p.47). Akhirnya Moerat dan Jusuf Wanandi meminta empat tokoh dari korporat media terbesar di Indonesia untuk mendukung gagasan *The Jakarta Post* ini (Tarrant, 2008, p.47). PT Bina Media Tenggara menjadi perusahaan yang menaungi surat kabar independen *The Jakarta Post* yang pertama kali terbit sebanyak delapan halaman pada 25 April 1983 sebagai surat kabar nasional berbahasa Inggris dengan Sabam Siagian sebagai *The first editor in chief* (Tarrant, 2008 p.55-57). Kantor pusatnya terletak di *The Jakarta Post Building*, Jalan Palmerah Barat No. 142-143, Gelora, Tanah Abang, Jakarta.

Dalam edisi cetak *Special Anniversary Issue* yang terbit pada 25 April 2013 lalu, dijelaskan bahwa setelah jatuh karena terbunuhnya demokrasi pada masa Orde Baru, *The Jakarta Post* mampu bangkit lagi dan bahkan mulai melebarkan sayapnya sehingga menjadi surat kabar pertama di Indonesia yang Go International. Kemudian, *The Jakarta Post* mulai mengekspansi produksinya pada platform internet dengan nama portal *thejakartapost.com*. Surat kabar ini memiliki slogan dan motto yaitu “*Always Bold. Always Independent*” yang artinya selalu berani, selalu berdikari. Sasaran pembaca harian ini adalah masyarakat asing dan masyarakat Indonesia yang berpendidikan (The Jakarta Post, 2013).

Gambar 2.1 Halaman Depan Koran *The Jakarta Post*



Sumber: The Jakarta Post

### 2.1.2 Visi dan Misi The Jakarta Post

Visi *The Jakarta Post* adalah “*Jakarta Post is the information engine in Indonesia which strives to promote a more humane, civil society in this very diverse*” yang artinya “*The Jakarta Post* adalah sumber informasi di Indonesia yang memperjuangkan sisi kemanusiaan dan keberagaman masyarakat”. Berdasarkan visi tersebut, *The Jakarta Post* menjabarkan misinya yaitu:

- (1) *on trustworthy professionals* - profesional yang layak dipercaya
- (2) *on information engine in Indonesia* - pengolah informasi tentang Indonesia
- (3) *on humane, civil society* - mementingkan kemanusiaan dan kemasyarakatan

Sesuai visi misi surat kabar ini, redaksi *The Jakarta Post* mengutamakan liputan mengenai kemasyarakatan karena semua manusia itu dipandang setara sehingga porsi liputan dan berita yang diliput *The Jakarta Post* berusaha untuk menjaga keberimbangan untuk menyesuaikan masyarakat Indonesia yang beragam.

Para pendiri *The Jakarta Post* 37 tahun yang lalu telah mengarahkan visi dan misi dari *The Jakarta Post* adalah menjaga pluralisme untuk menunjukkan kesetaraan terhadap seluruh lapisan masyarakat Indonesia dan internasionalisme untuk menyediakan informasi yang terjadi di Indonesia pada dunia internasional dan mempermudah pembaca asing memahami berita yang ditulis. Dari dasar visi misi ini, rumusan di dalamnya terus diperbaiki dan dipertajam setiap harinya.

Selain visi misi, *The Jakarta Post* memiliki nilai-nilai yang ditanamkan yaitu keterbukaan (*openness*), integritas (*integrity*), kepedulian (*compassion*), ketangkasan intelektual (*intellectual agility*), dan kegigihan (*persistence*). Nilai-nilai tersebut dianggap sebagai kualifikasi ideal yang diperlukan sebuah institusi media, terutama bagi pekerja yang bekerja di bidang jurnalistik. Dalam pembentukan berita *The Jakarta Post*, nilai yang paling berkaitan dengan keberagaman bangsa adalah keterbukaan, yakni

terbuka terhadap hal-hal baru, perubahan, perbedaan, dan juga transparansi. Keterbukaan yang dimaksud bermakna nilai yang menghargai perbedaan di dalam institusi itu sendiri maupun dalam memandang suatu peristiwa yang hendak diberitakan. Keterbukaan selanjutnya juga dimaknai dengan menghargai perbedaan-perbedaan dalam hal perspektif, latar belakang pendidikan, kepribadian, dan lainnya.

### **2.1.3 Arti Logo The Jakarta Post**

Logo perusahaan *The Jakarta Post* saat ini sudah digunakan sejak tahun 2016. Sejak tahun 1983, *The Jakarta Post* sudah melakukan perubahan logo perusahaan sebanyak tiga kali. Namun, logo yang digunakan sekarang dimodifikasi dengan angka *37th* sejak *The Jakarta Post* merayakan ulang tahunnya yang ke-37 pada tahun ini, baik di media *online* maupun media cetak

Gambar 2.2 Logo *The Jakarta Post*



Sumber: *The Jakarta Post*

Logo *The Jakarta Post* terdiri dari tiga kata dan dua komposisi warna. Dalam *Brand Guidelines* milik *The Jakarta Post*, makna kata “The” ditujukan untuk memberi kesan perkenalan kepada masyarakat. Kemudian, kata “Jakarta” dan “Post” menunjukkan suatu kebanggaan terhadap *brand* mereka sebagai media berita yang berdiri di Ibukota Indonesia tanpa adanya sikap arogansi. Warna merah pada logo “Jakarta” menjelaskan bahwa nilai dan kebudayaan *brand* tersebut adalah kota Jakarta itu sendiri (*The Jakarta Post*, 2016).

## 2.1.4 Daftar Desk Perusahaan

Tabel 2.1 Desk Media Cetak *The Jakarta Post*

<b>DESK</b>	<b>PENJELASAN</b>
<i>National</i>	Memuat berita politik, hukum, kesehatan, agama, dan pendidikan
<i>Business</i>	Semua tentang ekonomi makro, ekonomi mikro, dan bisnis internasional.
<i>Sports</i>	Segala sesuatu yang berhubungan dengan olahraga, diliput oleh seorang reporter editor karena halaman sports di <i>The Jakarta Post</i> tidak banyak.
<i>Opinions</i>	Terdiri dari berbagai esai pandangan tokoh publik terhadap isu yang sedang hangat di tengah masyarakat
<i>Features</i>	Membahas lifestyle, seni, dan terkadang kesehatan apabila tidak dibahas di desk national
<i>World</i>	Terdiri dari peristiwa penting yang terjadi dari seluruh dunia.

Sumber: Olahan Penulis

## 2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

RIC adalah hasil merger dari dua divisi pada *The Jakarta Post* yaitu Litbang dan *Information Center* yang sebelumnya dikenal sebagai Pusedokinfo atau Pusedok sekitar tahun 2008-2009 di era Pemimpin Redaksi Meidyatama Suryadiningrat. Divisi Litbang berfokus pada riset bisnis dan evaluasi konten, sedangkan *Information Center* lebih berfokus pada desk pada cetak maupun *online* untuk

redaksi. Pusedok sudah ada sejak *The Jakarta Post* berdiri di tahun 1983 yang dikelola oleh Bapak Pranajaya sebagai Kepala Pusedok yang pertama hingga pensiun di tahun 2007. Pusedok melakukan *indexing* per artikel sejak tahun 1983-2009 termasuk beberapa terbitan majalah berlangganan. Namun, pada tahun 2007-2008, *The Jakarta Post* melakukan reorganisasi dan berbuah pada mergernya dua unit yang sebelumnya entitas terpisah menjadi satu divisi yaitu *Research and Information Center* (RIC). Peran RIC secara umum adalah untuk memperkaya artikel dalam bentuk visual data (infografik) seperti *profiling*, *timeline*, tabel statistik atau sekedar *fact-check* latar belakang sebuah peristiwa seperti ejaan nama (tokoh, tempat, lembaga), tanggal lahir/umur, jabatan, kasus hukum terkait, peristiwa sebelum, sejarah, dll.

Penulis telah melaksanakan proses kerja magang di *The Jakarta Post* yang ditempatkan di divisi *Research and Information Center* (RIC) sebagai periset. Selama menjalankan proses kerja magang, tugas utama penulis adalah meriset, mengumpulkan, menyaring, dan mengolah data berdasarkan topik yang akan diterbitkan pada halaman utama surat kabar *The Jakarta Post* seperti kebijakan pemerintah, peristiwa penting, politik, ekonomi, dan lain-lainnya.

Dalam sehari, terdapat 2-3 topik yang bisa divisi RIC ambil untuk membantu editorial dalam menopang data yang akan dibuat dalam bentuk grafik, tabel, dan visualisasi grafis lainnya. Penulis diminta untuk mengambil salah satu topik tersebut untuk mengolah datanya kemudian dikirimkan ke *bagian managing editorial*. Dalam mengolah data tersebut, penulis diutamakan untuk mencari data dari dokumen terbuka negara atau pernyataan resmi pejabat atau penanggung jawab yang terkait dengan topik yang dimaksud pada pers konferensi, situs kumpulan data seperti Badan Pusat Statistik (BPS) atau Statista.

Dalam melaporkan, mulanya kemampuan seorang jurnalis yang dibutuhkan adalah mencari informasi. Namun, karena data yang begitu masif tersimpan dalam internet, prinsip tersebut mengalami pergeseran dari yang mencari menjadi *managing information* atau mengatur informasi. *Managing informations* berarti seorang jurnalis harus mampu mengelola informasi data yang telah dikumpulkan berdasarkan fakta yang ada. Mengelola artinya memilih dan memilah informasi yang penting untuk dibaca, mengambil dari sumber yang

kredibel, dan mengecek data dengan kenyataan yang ada. Oleh sebab itu, tugas seorang periset di dalam bidang jurnalistik menjadi semakin penting.

Divisi *Research and Information Center* pada media cetak *The Jakarta Post* sekarang ini terdiri dari tiga anggota yang terdiri dari *chief*, *chief deputy*, dan anggota RIC. Divisi ini berperan menyediakan data baik untuk diberikan kepada reporter yang hendak meliput yang sebelumnya meminta kepada anggota divisi, menopang data untuk dijadikan grafik pada halaman utama Koran *The Jakarta Post*, dan merangkum kejadian penting atau biasa disebut *milestone* dari peristiwa-peristiwa penting seperti sejarah kemerdekaan Indonesia, ulang tahun *The Jakarta Post*, dll. yang dibuat dalam tampilan *timeline graphic*.

## **2.3 Struktur Redaksi Perusahaan**

### **2.3.1 Struktur Hierarki di Newsroom**

Staf redaksi *The Jakarta Post* terdiri dari pemimpin redaksi atau *editor in chief*, redaktur pelaksana atau *managing editor*, editor, dan reporter. *Editoring chief* yang kini dipegang oleh M. Taufiqurrahman merupakan posisi tertinggi pada hierarki *newsroom* karena bertanggung jawab atas *news direction* yang mengarahkan alur peliputan untuk peristiwa-peristiwa besar, melakukan tugas-tugas administrasi, melobi, memantau keuangan, dan sebagainya.

Setelah *editoring chief*, terdapat *managing editor* yang dipegang oleh Primastuti Handayani dan Evi Mariani bertanggung jawab terhadap *newsroom*, setiap harinya mengawasi semua *desk* bermula dari tahap perencanaan-budgeting-eksekusi-alur-hingga koran dicetak pada pagi hari.

Kemudian ada editor yang bertanggung jawab menyunting berita dan memilih foto yang hendak dimuat dengan bantuan koordinator *desk* foto. Sebagai seorang editor, diperlukan *sense* atau kepekaan karena halaman koran yang kosong harus dibayangkan akan diisi dengan berapa berita, apa saja berita yang perlu dicantumkan pada *Headline* halaman depan koran, penataan foto dan grafik. Apabila editor membutuhkan data untuk grafik, *The Jakarta Post* akan meminta pusat riset untuk menyediakan data yang akan dibawa ke bagian produksi, tepatnya bagian grafik dan desain yang

akan membuat grafik. Jenis grafik dan gambar yang diinginkan akan dibahas editor di bagian grafik.

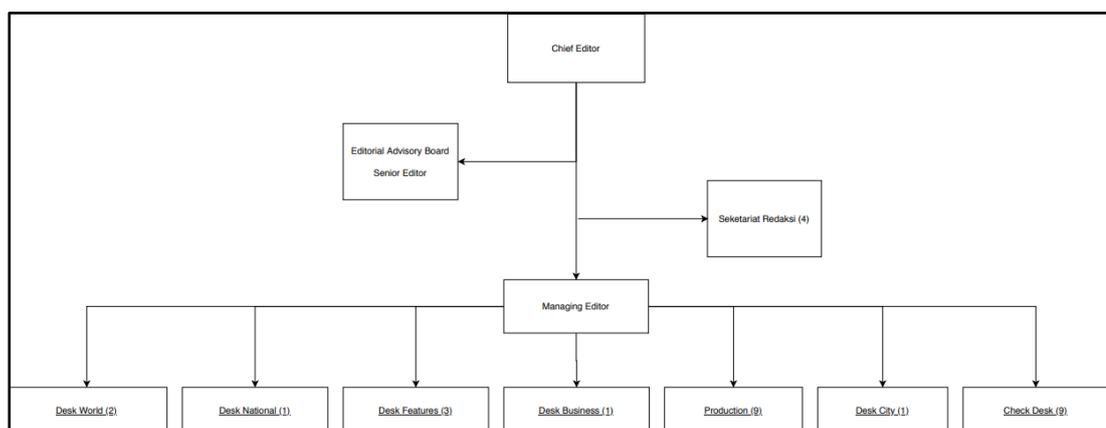
Terakhir adalah para wartawan yang bertugas meliput sesuai *beat* yang ditugaskan kepadanya. Wartawan berkoordinasi dengan editor untuk menentukan *angle* berita yang akan ditulis, tetapi wartawan senior biasanya sudah dipercayakan untuk menentukan *angle* sendiri.

Wartawan *The Jakarta Post* tidak harus ke kantor setiap harinya untuk membuat berita. Namun, berbeda untuk wartawan yang baru masuk *The Jakarta Post*. Setelah lolos tes masuk, wartawan baru akan masuk kelas untuk dididik selama tiga bulan sebelum menjalani masa percobaan sebagai *cub reporter* yang harus datang ke kantor untuk menjalani sistem mentor secara *one on one*. Tulisan *cub reporter* akan diberikan ke mentor untuk dicek kembali apakah ada kesalahan seperti *grammar* dan struktur berita sebelum beritanya dikirim ke editor.

Untuk peliputan, wartawan baru biasanya mendapat penugasan dari editor, tetapi wartawan senior dipercayakan untuk mencari isu sendiri karena sudah berpengalaman dan tahu harus mengejar ke mana atau ada peristiwa apa saja. Selain itu, biasanya wartawan mendapat undangan seperti *launching* atau *press conference* yang dinilai memiliki nilai berita atau *newsworthy*.

Posisi RIC adalah dibawah redaksi/editorial dan bertanggungjawab langsung pada *Managing Editors*.

Bagan 2.1 Struktur organisasi media cetak *The Jakarta Post*



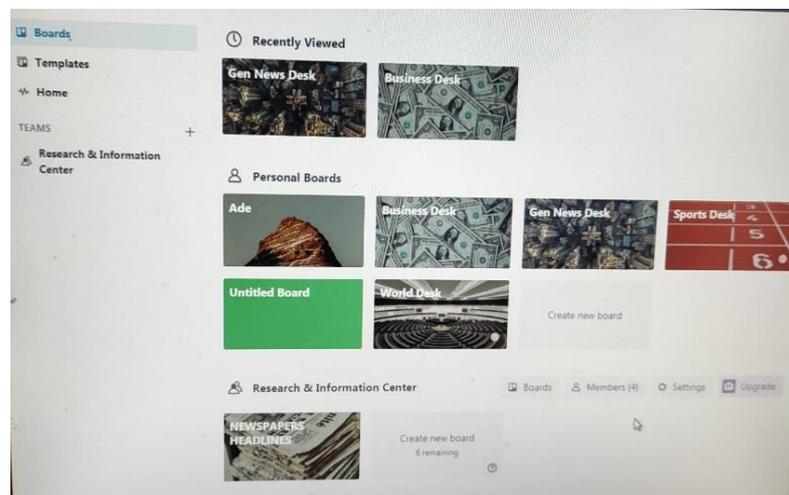
Sumber: *The Jakarta Post*

### 2.3.2 Pekerjaan Redaksi *The Jakarta Post*

Dimulai dari *planning*, yaitu melakukan rapat perencanaan mingguan tiap desk yang membahas agenda yang akan dikerjakan per minggu selain peristiwa-peristiwa besar yang terjadi di luar dugaan.

Selain itu, setiap hari pada jam tiga sore diadakan rapat redaksi yang membahas desk dan *budgeting* dari draft *budgeting* yang dibuat pada platform *trello.com* sebelumnya pada jam 10 pagi. Melalui platform ini, reporter dari setiap desk akan menyumbang ide peliputan yang selanjutnya akan disaring lagi oleh editor tiap desk tersebut apa saja isu yang layak untuk diajukan di rapat redaksi. Pada rapat redaksi, *managing editors* akan memilih berita mana yang kira-kira akan dijadikan Headline dan berita mana yang layak untuk dimasukkan ke Koran.

Gambar 2.3 Tampilan *Trello.com*



Sumber: *Trello.com*

Rapat redaksi juga membahas mau mengambil angle apa dalam penulisan suatu berita, ingin menampilkan berapa foto, dll. Namun, perencanaan rapat redaksi bersifat tidak kaku karena dapat diubah jika mendadak ada peristiwa penting atau perkembangan terbaru. Biasanya rapat akan selesai selama kurang lebih satu jam dan *budget* akan segera di-*update*.

Reporter tiap beat harus mengetahui agendanya dan peristiwa apa saja yang terjadi di wilayah yang menjadi tanggung jawabnya. Setiap hari,

reporter ke lapangan untuk mencari berita. Apabila semua liputan telah beres, maka bahan produksi akan dibawa ke *check desk* untuk perihal mengecek bahasa oleh *native speakers* yang bekerja di *The Jakarta Post* dan menentukan foto atau grafik apa yang akan dipakai untuk melengkapi artikel. Berita kemudian dikembalikan ke editor sebelum dikirim ke plotter (*dummy*) dan *proofreader*. Selanjutnya berita dikirim ke *production* untuk proses pencetakan. Biasanya dilakukan pada jam 11-12 malam.

### 2.3.3 Struktur Divisi RIC

Struktur Divisi RIC The Jakarta Post berada dan bertanggung jawab langsung kepada *Managing editors*. Struktur dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.2 Struktur Divisi RIC

Jabatan	Nama	Tugas
Ketua	Fransiskus Surdiasis	Mengikuti forum diskusi dengan periset lain dan melakukan pengolahan serta memimpin kerja periset mencari angle menarik pada suatu isu.
Wakil	Adnuri Mohamidi	Mengerjakan kebutuhan khusus wartawan yang sedang mencari informasi dan berita lain baik dari <i>The Jakarta post</i> maupun yang lainnya. Menyampaikan budgeting dari redaksi serta mengirim hasil-hasil riset dari anggota

Staff	Agustinus Harjo Belly	Mengerjakan kebutuhan khusus wartawan yang sedang mencari informasi dan berita lain baik dari The Jakarta post dan melakukan riset berdasar budgeting yang diberikan redaksi
-------	-----------------------	--

Sumber: Olahan Peneliti