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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Tempo

2.1.1 Sejarah Singkat Tempo

Gambar 2.1 Logo Tempo

Sumber: Tempo.co

PT Tempo inti Media Tbk. atau Tempo Media Group merupakan sebuah perusahaan yang bekerja untuk menyebarkan informasi sejak 1971. Kala itu ada sekelompok wartawan yang berjumlah enam orang dan terdiri dari Goenawan Mohamad, Harjoko Trisnadi, Fikri Jufri, Lukman Setiawan, Usamah, dan Christianto Wibisono. Saat itu nama Tempo dipilih dengan alasan singkat, mudah diucapkan, netral dan terkesan bersahaja. Pada Februari 1971, terbitlah edisi perkenalan majalah Tempo yang berjudul “Tragedi Minarni dan Kongres PBSI” (Tempo.id).

Pada awal mula muncul di Indonesia, Tempo lebih berfokus kepada informasi yang berorientasi pada artikel seni dan gaya hidup. Kemudian, untuk pertama kalinya pada tahun 1982 majalah Tempo terkena bredel karena dinilai terlalu tajam saat mengkritik rezim Orde Baru. Lalu, pembredelan kedua terjadi pada tahun 1994 yang dilakukan karena dinilai terlalu keras dalam mengkritik Habibie serta Soeharto (Tempo.id).

Tahun 1996 Tempo mulai merambah dunia digital dan kini bernama Tempo.co. Laman media daring ini tidak hanya bisa diakses melalui komputer saja, melainkan juga bisa lewat aplikasi yang diunduh lewat gawai pribadi. Melalui aplikasi ini, para pengguna bisa mengakses Majalah Tempo dan Koran Tempo versi digital (Tempo.co). Hingga saat ini, Tempo memiliki setidaknya empat anak perusahaan yang terdiri dari GoOto, Cantika, Teras.id dan Foodizz. Selain itu, Tempo Media Group juga memiliki produk seperti Koran Tempo, Majalah Berita Mingguan Tempo, Tempo edisi Bahasa Inggris, Tempo.co, Majalah Komunika, Tabloid mingguan Bintang Indonesia, Teenonline, Aura Online, www.tabloidbintang.com, dan masih banyak lagi (Budiman, 2016, para. 7).

Untuk Tempo.co sendiri sudah memiliki aplikasi yang bisa diunduh pada gawai pribadi. Selain bisa mengakses soal berita di Tempo.co, para pengguna yang berlangganan juga bisa mengakses Koran Tempo dan Majalah Tempo yang hadir secara digital. Aplikasi Tempo.co pernah mendapatkan Silver Award dalam ajang "The Best Mobile Media 2011" Dari Asia Digital Media Award tahun 2011. Bahkan, ada penghargaan lainnya yang diterima oleh Tempo.co saat mengikuti kompetisi hackathon media yang diselenggarakan oleh Asosiasi Global Editors Network di Wina, Austria, pada 17 Juni 2016 (Tempo.co).

2.1.2 Visi dan Misi Tempo

VISI

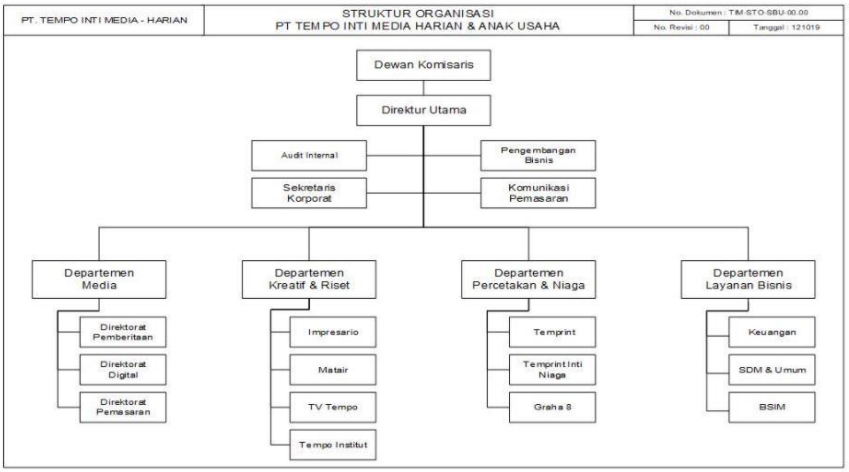
Menjadi acuan dalam usaha meningkatkan kebebasan publik untuk berpikir dan berpendapat serta membangun peradaban yang menghargai kecerdasan dan perbedaan.

MISI

- Menghasilkan produk multimedia yang independen dan bebas dari segala tekanan dengan menampung dan menyalurkan secara adil suara yang berbeda-beda.
- Menghasilkan produk multimedia bermutu tinggi dan berpegang pada kode etik.
- Menjadi tempat kerja yang sehat dan menyejahterakan serta mencerminkan keragaman Indonesia.
- Memiliki proses kerja yang menghargai dan memberi nilai tambah kepada semua pemangku kepentingan.
- Menjadi lahan kegiatan yang memperkaya khazanah artistik, intelektual, dan dunia bisnis melalui pengingkatan ide-ide baru, bahasa, dan tampilan visual yang baik.
- Menjadi pemimpin pasar dalam bisnis multimedia dan pendukungnya**.**

2.1.3 Struktur Organisasi Tempo

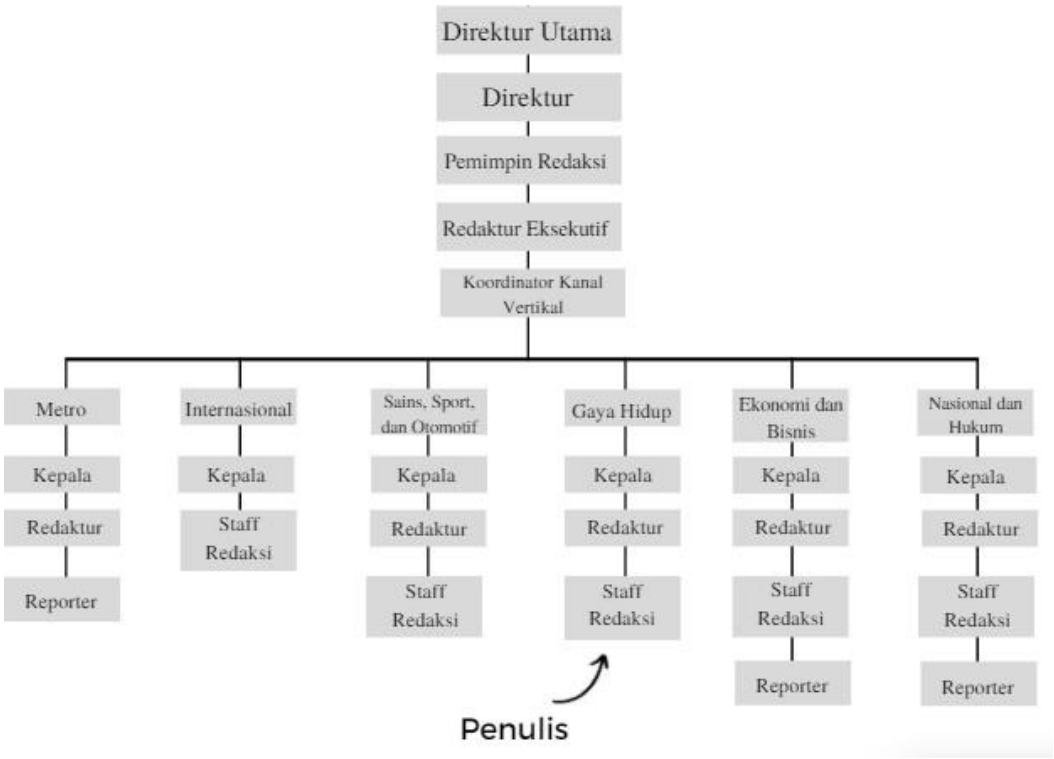
a. Struktur Organisasi PT Tempo Inti Media Harian



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Tempo Inti Media Harian

Sumber: Tempo.id

b. Struktur Organisasi Tempo.co



Gambar 2.3 Struktur Redaksi Tempo.co

Sumber: Olahan Penulis (2021)

2.2 Ruang Lingkup Kerja Tempo.co Kanal Gaya Hidup

Pada saat melakukan kerja magang, penulis ditempatkan pada kanal gaya hidup yang berisi kan soal Gaya, Travel, Seleb, Cantika.Cantika, dan Difabel atau yang lebih akrab disingkat dengan GTSCCD. Penulis bekerja sebagai reporter yang menulis berita terkait isu terkini, ataupun yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari. Setiap hari, para penanggung jawab kanal atau editor akan saling menginformasikan terkait judul artikel dan jam tayang pada group WhatsApp.

Setelah itu, setiap artikel akan dirapatkan oleh salah salah satu editor dari kanal gaya hidup yang biasanya digilir setiap harinya. Dalam satu hari, kurang lebih ada sekitar 30 judul artikel yang akan dirapatkan. Jika dari hasil rapat ada tema atau isu khusus yang ingin diangkat biasanya akan disampaikan kembali

oleh yang menjadi perwakilan rapat dari kanal gaya hidup. Begitu pula halnya apabila tidak ada masukan saat rapat berlangsung, maka yang sedang bertugas untuk menghadiri rapat akan menyampaikan pada group WhatsApp bahwa tidak ada masalah ataupun masukan.

Jika sedang tidak ada tema atau agenda liputan, biasanya artikel dibuat dari hasil saduran berbagai website yang dinilai memiliki relevansi dengan masyarakat Indonesia. Biasanya media yang disadur merupakan media asing seperti Times of India, Travel + Leisure, Boldsky, Huffington Post, Your Tango, Pink Villa dan Healthline. Penulis juga dibebaskan apabila sedang melakukan liputan mandiri yang hasilnya bisa diangkat sebagai berita. Biasanya hasil artikel dari penulis akan dikirimkan kepada editor via WhatsApp, e-mail, ataupun CMS.

Setelah selesai dikirimkan, editor akan menyunting kembali hasil kerja penulis dan mengatur jadwal kapan artikel tersebut akan naik. Umumnya apabila artikel mengandung tema yang memiliki urgensi seperti update soal Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) beserta syarat-syaratnya akan langsung diunggah ke media untuk disebarluaskan. Tetapi apabila artikel tersebut mengandung unsur *timeless*, maka ada kalanya diunggah tiga hari hingga satu minggu setelah artikel jadi.