

## BAB 2

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Media Indonesia merupakan koran nasional yang terbit sejak 19 Januari 1970. Awalnya Media Indonesia hanya terdiri dari empat halaman dengan tirus yang masih terbatas. Kantor pertamanya saat itu beralamat di Jalan Letnan Jenderal MT Haryono, Jakarta, dengan lembaga yang menerbitkan ialah Yayasan Warta Indonesia.

Pada 1976, Media Indonesia berkembang menjadi delapan halaman. Pada tahun yang sama, Media Indonesia juga sudah memiliki surat izin usaha penerbitan pers (SIUPP). Pada 1987, pendiri Media Indonesia Teuku Yousli Syah bekerja sama dengan Surya Paloh, mantan pemimpin surat kabar Prioritas. Dari kerja sama itu lahirlah Media Indonesia dengan manajemen baru di bawah PT Citra Media Nusa Purnama. Surya Paloh menjabat direktur utama, sedangkan Teuku Yousli Syah sebagai pemimpin umum. Lokasi kantor juga pindah ke Jalan Gondangdia Lama No 46, Jakarta.

Awal 1995, Media Indonesia mulai berkantor di kompleks Delta Kedoya, Jalan Pilar Mas Raya Kav A-D, Kedoya Selatan, Kebon Jeruk, Jakarta Barat, dan bertahan hingga saat ini. Pergantian kepemimpinan, baik di bagian redaksi maupun usaha, terjadi seiring berjalannya waktu.

##### 2.1.1 Profil Perusahaan

Salah satu anak perusahaan dari PT. Citra Media Nusapurnama yaitu Media Indonesia. Media Indonesia adalah salah satu media yang merupakan koran nasional, berdiri sejak 19 Januari 1970. Media Indonesia memiliki tagline yang masih digunakan hingga saat ini yaitu

“Jujur Bersuara”, dimana hal tersebut Media Indonesia ingin menunjukkan bahwa perusahaannya menampilkan berita-berita yang aktual sehingga memenuhi kebutuhan informasi bagi para pembacanya. Memiliki visi untuk membangun sebuah harian yang independent serta menatap hari esok yang lebih baik tetap tidak berubah.

Perusahaan dalam menjalankan amanah peraturan per undang-undangan, menjadikan Media Indonesia telah terverifikasi sebagai institusi pers yang ditetapkan oleh Dewan Pers pada tanggal 18 Agustus 2019. Seiring dengan adanya perkembangan zaman, Media Indonesia juga melebarkan sayap ke dunia media siber dengan portal mediaindonesia.com yang juga telah diakui dan terverifikasi oleh Dewan Pers pada tanggal 6 April 2021.



Sumber : Dokumen Pribadi Perusahaan, 2021

Gambar 2. 1 Media Group

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

### 2.1.2 Logo Perusahaan



MEDIA  
INDONESIA

Sumber : Dokumen Media Indonesia (2021)

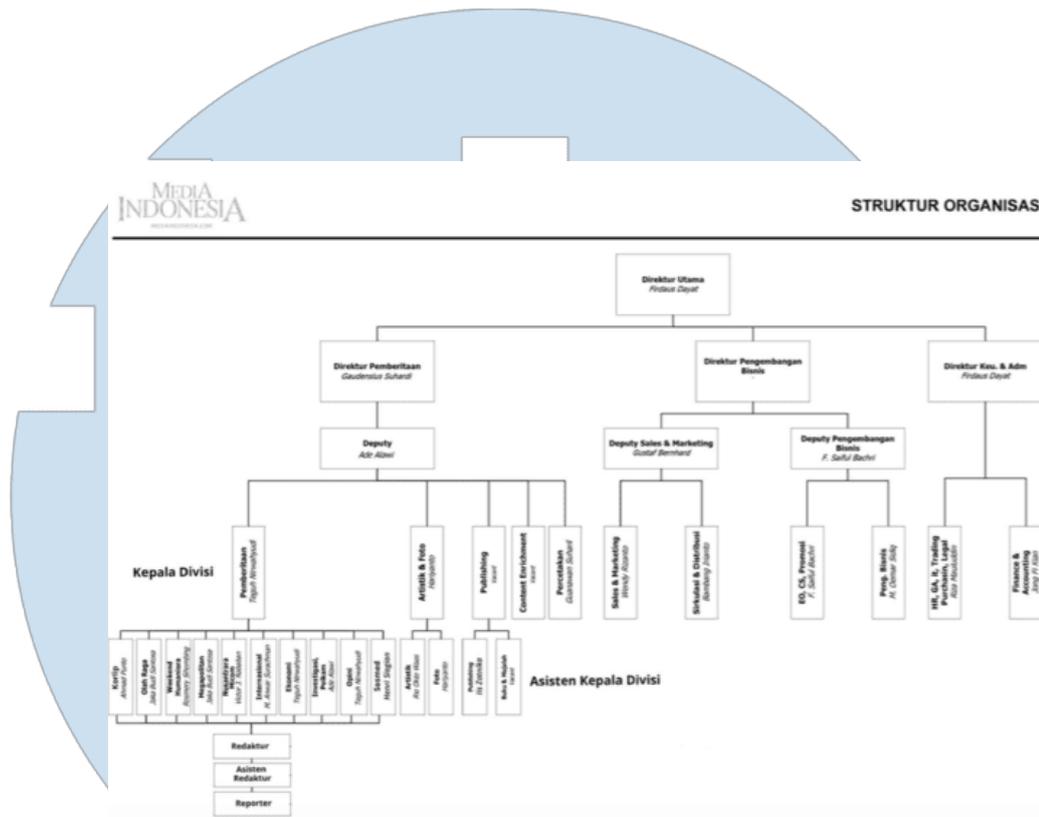
*Gambar 2. 2 Logo Media Indonesia*

### 2.2 Visi dan Misi Media Indonesia

Media Indonesia memiliki visi menjadi media referensi, menjadi surat kabar independent yang inovatif, lugas, terpercaya dan paling berpengaruh. Sedangkan Misi dari Media Indonesia yaitu menyajikan konten yang inspiratif dan meneguhkan kebangsaan, menjadi solusi bagi pemangku kepentingan dan kebijakan, serta mengoptimalkan sumber daya untuk menciptakan inovasi dan kreativitas.

### 2.3 Struktur Organisasi Media Indonesia

Media Indonesia memiliki struktur organisasi perusahaan yang terbagi menjadi beberapa departemen sesuai dengan alur pekerjaannya masing-masing. Setiap departemen memiliki kepala atau penanggung jawabnya. Struktur organisasi perusahaan dapat dilihat melalui gambar berikut.



Sumber: Dokumen Perusahaan, 2021

Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Media Indonesia

Divisi *Social Media* di Media Indonesia berada di bawah Divisi Pemberitaan, yang masuk ke dalam Departemen Redaksi. Dipimpin oleh Asisten Kepala Divisi, yaitu Henri Siagian, divisi *social media* mempunyai tugas utama membantu meningkatkan *page views* di divisi pemberitaan terutama divisi *mediaindonesia.com*

Seiring berjalannya waktu, divisi *Social Media* yang mulai dibentuk lima tahun terakhir, mulai menjadi unit usaha baru di Media Indonesia, dimana membantu divisi bisnis, terutama di bagian marketing untuk mendapatkan *revenue*.

Dengan jumlah *engagement* di beberapa *platform*, seperti Twitter, Instagram, Facebook, Youtube, dan Tiktok yang terus meningkat, divisi sosial media mengambil peran penting baik untuk tim redaksi maupun untuk tim bisnis.

### 2.3.1 Struktur Organisasi *Social Media Specialist Media Indonesia*



Sumber: Dokumen Perusahaan, 2021

**Gambar 2. 4** Struktur Organisasi Divisi *Social Media*

Kegiatan praktik kerja magang, penulis berada pada posisi divisi Social Media yang dipimpin oleh Bapak Henri Siagian divisi sosial media di Media Indonesia dibagi menjadi dua, yaitu tim produksi konten dan tim media *service*. Tim produksi konten bertugas membuat berbagai konten redaksi, sementara tim media *service* bertugas mendukung tim iklan membuat konten untuk kebutuhan klien.

Dengan *job desk* yang mencakup dua hal ini, tim di divisi sosial media di Media Indonesia diwajibkan mempunyai beberapa keahlian, seperti editing video, editing foto, dan juga editing naskah.