

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

2.1.1 Sejarah Singkat Tempo

Menurut Laporan Tahunan PT Tempo Inti Media Tbk (2020, p. 22), produk pertama dari media ini adalah majalah Tempo. Majalah Tempo didirikan oleh Harjoko Trisnadi, Fikri Jufri, Lukman Setiawan, Bur Rusuanto, dan Goenawan Mohamad. Penggunaan nama Tempo dikarenakan kata tersebut mudah diucapkan. Hal itu merupakan saran dari pengecer koran dan majalah. Selain itu, nama "Tempo" juga cocok untuk majalah ini dikarenakan jangka waktu penerbitan yang lebar, yaitu mingguan.

PT Tempo Inti Media Tbk mengawali dengan memproduksi majalah dengan periode penerbitan setiap minggu. Majalah Tempo terbit pada 6 Maret 1971 dan dikenal kerap melakukan peliputan investigasi. Topiknya terentang luas, dari isu politik, korupsi, pendidikan, lingkungan, seni budaya, dan hak asasi manusia. Majalah Tempo dua kali terkena beredel. Tahun 1982 untuk pertama kalinya pemberedelan dilakukan, karena kritik Tempo dianggap terlalu tajam terhadap rezim Orde Baru. Tahun 1994-1998 terulang kembali aksi pemberedelan terhadap majalah Tempo yang dianggap terlalu keras mengkritik Habibie dan Soeharto mengenai pembelian kapal perang bekas dari Jerman Timur (Laporan Tahunan PT Tempo Inti Media Tbk, 2021, p. 18).

Tahun 2001 bertepatan dengan lahirnya PT Tempo Inti Media Tbk, lahirlah Koran Tempo sebagai media massa harian dalam medium cetak (Laporan Tahunan PT Tempo Inti Media Tbk, 2021, p. 18). Koran Tempo memiliki keunggulan dalam peliputan pemberantas korupsi, politik, serta ekonomi. Seiring berjalannya waktu, Tempo mengalami perkembangan dengan munculnya produk media massa terbaru dalam memperkuat grup Tempo. Pusat pemberitaan tidak lagi berfokus pada majalah Tempo dan Koran Tempo, melainkan juga pada majalah Tempo English, majalah Travelounge, dan media digital Tempo.co serta *Tempo News Room*. Dalam

perkembangannya, Tempo memasuki ranah televisi dengan mendirikan Tempo TV yang bekerja sama dengan kantor berita radio KBR 68H. Selain itu, Tempo menyediakan data teks, foto, infografis, dan video pada Pusat Data dan Analisa Tempo (PDAT) dalam mendukung produk-produk grup, maupun kebutuhan dari pihak eksternal (Tempo Media Group, 2021).

Pada tahun 2014, Tempo mengalami pertumbuhan di ranah digital. Dalam pengembangan aplikasi digital, Tempo melakukan digitalisasi untuk produk media cetak. Sementara itu, perkembangan tersebut didukung oleh strategi konvergensi media dengan menggabungkan peliputan majalah Tempo, Koran Tempo, dan Tempo.co dalam satu organisasi yang disebut Tempo News Room. Konvergensi media pada produk Tempo bertujuan meningkatkan mutu serta jumlah berita. Hasil dari konvergensi ini adalah sinergi di semua lini produksi, yang meningkatkan intensitas masalah serta efisiensi biaya. Dengan demikian, langkah tersebut mampu mempertahankan keunggulan media dalam liputan investigasi, serta meningkatkan kualitas liputan untuk memenuhi kebutuhan informasi pada publik dan menjalankan peran kontrol sosial. Tempo dalam konvergensi bertransformasi menjadi media digital dan terus memaksimalkan pendapatan dari bisnis media cetak (Harbowo, 2016, p. 8).

2.1.2 Visi dan Misi

A. Visi

Menjadi acuan dalam usaha meningkatkan kebebasan publik untuk berpikir dan berpendapat serta membangun peradaban yang menghargai kecerdasan dan perbedaan (Laporan Tahunan PT Tempo Inti Media Tbk, 2021, p.19).

B. Misi

1. Menghasilkan produk multimedia yang independen dan bebas dari segala tekanan dengan menampung dan menyalurkan secara adil suara yang berbeda-beda.
2. Menghasilkan produk multimedia bermutu tinggi dan berpegang pada kode etik.

3. Menjadi tempat kerja yang sehat dan menyejahterakan serta mencerminkan keragaman Indonesia.
4. Memiliki proses kerja yang menghargai dan memberi nilai tambah kepada semua pemangku kepentingan.
5. Menjadi lahan kegiatan yang memperkaya khazanah artistik, intelektual, dan dua bisnis melalui peningkatan ide-ide baru, bahasa, dan tampilan visual yang baik.
6. Menjadi pemimpin pasar dalam bisnis multimedia dan pendukungnya.
(Laporan Tahunan PT Tempo Inti Media Tbk, 2021, p.19)

2.1.3 Data Umum Tempo

Nama Perusahaan : PT Tempo Inti Media

Alamat Perusahaan : Gedung Tempo, Jl. Palmerah Barat No. 8, Jakarta Selatan
12210

Nomor Telepon : 62-21-5360409 / 7255625 / 5482132

Email : redaksi@tempo.co.id

2.1.4 Daftar Kanal Tempo

Tempo memiliki berbagai macam kanal berita yang membahas berbagai macam informasi dengan memiliki ciri khas pada setiap pemberitaannya. Kanal berita yang tersedia di media Tempo diantaranya nasional, teknologi, investigasi, metro, gaya hidup, otomotif, olahraga, travel, seleb, dan bola.

Tabel 2. 1 Rubrikasi Kanal Berita Tempo

No	Kanal Berita	Keterangan
1	Nasional	Menyajikan pemberitaan yang membahas isu politik, hukum, kesejahteraan rakyat (kesra), lingkungan, dan isu-isu skala nasional yang terjadi di tanah air.
2	Metro	Menyajikan pemberitaan yang membahas isu kriminal, layanan publik, maupun sosial-politik yang terjadi di wilayah metropolitan Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek).
3	Bisnis	Menyajikan pemberitaan yang membahas isu ekonomi dan bisnis, seperti investasi, pertumbuhan start-up (<i>startup</i>), perdagangan, perbankan, dan saham.
4	Bola	Menyajikan pemberitaan yang meliputi pertandingan sepak bola baik di dalam maupun luar negeri. Ada pula soal transfer pemain dan sebagainya.
5	Dunia	Menyajikan pemberitaan yang membahas meliputi isu-isu internasional yang terjadi di Asia, Eropa, dan Amerika.
6	Sport	Menyajikan pemberitaan yang meliputi berbagai pertandingan olahraga seperti bulu tangkis, bola voli, tinju, bintang olahraga, di dalam maupun luar negeri.
7	Otomotif	Menyajikan pemberitaan yang meliputi dunia otomotif, seperti mobil, <i>test drive</i> , motor, dan balap.
8	Seleb	Menyajikan pemberitaan yang meliputi selebriti, baik di ranah film, musik, dan sebagainya.
9	Gaya hidup	Menyajikan pemberitaan yang ini meliputi soal kesehatan, hobi, dan cinta.
10	Teknologi	Menyajikan pemberitaan yang meliputi teknologi, digital, dan sains. Termasuk produk laptop,

		<i>smartphone</i> , aplikasi, <i>startup</i> , dan ilmu pengetahuan.
--	--	--

Sumber : Hasil olahan penulis

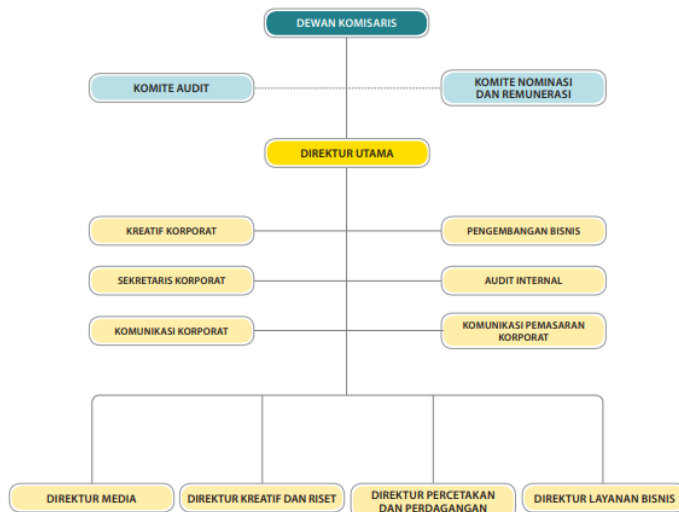
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

2.2.1 Struktur Organisasi Tempo Dewan Komisaris

- A. **Komisaris Utama** : Goenawan Mohamad
- B. **Komisaris Independen** : Leonardi Kusen
- C. **Komisaris** : Yohanes Henky Wijaya, Agus Lukita, Bambang Harymurti
- Direktur Utama** : Toriq Hadad
- Direktur** : Arif Zulklifi, Sebastian Kinaatmaja, Herry Hernawan, Meiky Sofyansyah

Tabel 2. 2 Struktur Organisasi Tempo

STRUKTUR ORGANISASI PT TEMPO INTI MEDIA



Sumber : (Laporan Tahunan PT Tempo Inti Media Tbk, 2021, p. 20)

2.3 Ruang Lingkup Divisi Jurnalis Foto Tempo

Jurnalis foto memiliki organisasi besar yaitu Koran Tempo, majalah Tempo, dan Tempo.co. Hal ini sekalipun Koran Tempo, secara faktual sudah berhenti mengeluarkan edisi cetak sejak 31 Desember 2020. Koran Tempo menjadi salah satu produk di Tempo.co yang bersifat digital. Secara administratif, entitas Koran Tempo masih ada, yang dibuktikan dengan keberadaan Jajang Jamaludin sebagai Pemimpin Redaksi Koran Tempo. Adapun Anton Septian selaku Pemimpin Redaksi Tempo.co dan Setri Yasra sebagai Pemimpin Redaksi majalah Tempo.

Para pemimpin redaksi tersebut menyerahkan jurnalis foto mereka untuk dikoordinasikan oleh redaktur foto sekaligus koordinator liputan, yaitu Amston Probel. Amston, secara struktural berada di bawah organisasi Koran Tempo. Amston dipercaya untuk menjalankan fungsi sebagai redaktur foto dan koordinator liputan foto bagi Koran Tempo, majalah Tempo, dan Tempo.co sejak 2013.

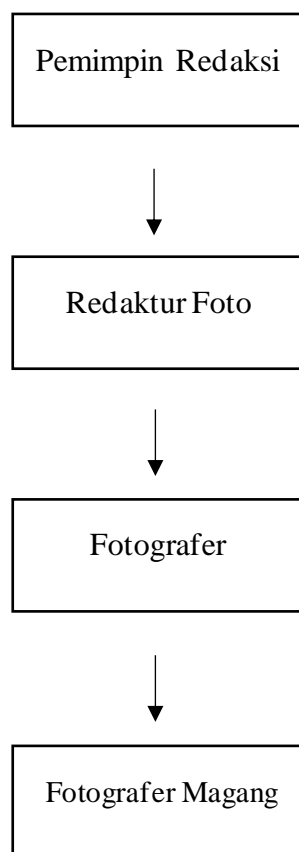
Hal itu membuat para jurnalis foto yang secara struktural masing-masing berada di bawah majalah Tempo, Koran Tempo, dan Tempo.co, pada praktiknya melayani semua platform Tempo. Ini berarti, jurnalis foto majalah Tempo melayani pula kebutuhan Koran Tempo, dan Tempo.co sekaligus. Hal yang sama terjadi untuk para jurnalis foto dari Koran Tempo dan Tempo.co yang melayani pula kebutuhan platform lainnya.

Divisi jurnalis foto beranggotakan enam anggota yaitu Subekti Kasdan selaku asisten redaktur dan jurnalis foto. Sementara, Hilman Fathurrahman, Imam Sukamto, Muhamad Hidayat, M. Taufan Rengganis, Tony Hartawan sebagai jurnalis foto. Divisi jurnalis foto memiliki peran untuk menyediakan sejumlah konten berita berbasis foto dari peliputan peristiwa. Hasil foto dari jurnalis foto diunggah di berbagai produk Tempo yaitu majalah Tempo, Koran Tempo, dan Tempo.co.

Jurnalis foto Tempo kerap membuat *photo story* dengan isu-isu yang dekat dengan masyarakat. *Photo story* adalah beberapa rangkaian foto yang disajikan menjadi cerita yang memiliki pesan tersendiri. Hasil dari *photo story* kerap dipublikasikan di majalah Tempo.

Dalam penugasan kerja divisi jurnalis foto, redaktur foto memberikan agenda peliputan dengan berbagai tema yang berbeda setiap harinya. Usulan tema peliputan kerap menjadi agenda yang dipilih. Setelah mendapatkan hasil liputan foto, kemudian jurnalis foto menyunting dan memberi keterangan foto. Lalu, foto-foto tersebut dikirimkan ke *email* editor foto, dengan alamat fototempo@yahoo.com, tempofoto@yahoo.com, dan admin@storage.tempo.co. Foto-foto yang dikirimkan kemudian diseleksi kembali oleh editor dan redaktur foto. Lantas, foto-foto yang layak dipublikasikan di Koran Tempo, Tempo.com, atau majalah Tempo dengan berbagai kanal yang tersedia. Kanal-kanal tersebut adalah nasional, teknologi, investigasi, metro, gaya hidup, otomotif, olahraga, travel, seleb, dan bola.

Tabel 2. 3 Struktur Divisi Jurnalis Foto



Sumber : Hasil olahan penulis