



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.

Berto Wedhatama, penulis memulai kerja magang per 1 Juli 2016. Penulis melaksanakan kerja magang di bawah bimbingan dari *Photo Editor The Jakarta Post* R. Berto Wedhatama. Dalam kerja magang yang dilakukan dalam periode empat bulan, penulis belajar menguasai teknik fotografi secara spesifik dan memahami jenis foto yang menjadi ciri khas foto *The Jakarta Post* dengan berbagai tugas peliputan dan evaluasi bertahap.

Penulis memulai magang secara resmi pada tanggal 1 Juli 2016 sampai 31 Oktober 2016 dengan Harry Febrian S.I.Kom., M.A. sebagai pembimbing magang yang membimbing penulis dalam pembuatan laporan magang dan akan dipertanggungjawabkan pada sidang magang.



BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 LATAR BELAKANG PERUSAHAAN

2.1.1 Sejarah *The Jakarta Post*

Berdasarkan data dan rujukan yang didapat penulis dari kantor *The Jakarta Post*, *The Jakarta Post* adalah surat kabar harian dalam bahasa Inggris di Indonesia yang dimiliki oleh PT. Bina Media Tenggara dan terbit pertama kali pada 25 April 1983. *The Jakarta Post* sendiri merupakan gagasan dari Menteri Informasi Ali Moertopo dan politikus Jusuf Wanandi. Ali Moertopo dan Jusuf Wanandi kecewa pada bias yang dirasakan terhadap Indonesia dalam sumber-sumber berita asing. Pada masa itu, ada dua surat kabar yang berbahasa Inggris, yaitu *Indonesia Times* dan *Indonesian Observer*, namun karena persepsi publik terhadap surat kabar tersebut negatif, mereka memutuskan untuk membuat surat kabar yang baru dalam rangka membangun ulang kredibilitas yang dibentuk oleh masyarakat.

Keduanya sepakat untuk membuat sebuah surat kabar baru. Terbitan pertama dikemas dalam sebuah koran dengan total halaman sebanyak 8 lembar pada 25 April 1983. Pada saat itu, ruang berita pertama terletak di bekas ruang cuci di gedung Kompas. Selama tahun-tahun awal publikasi, *The Jakarta Post* memiliki kesulitan untuk menarik minat pengiklan, sampai pernah mengalami titik di mana *The Jakarta Post* terbit tanpa iklan sama sekali. Akan tetapi, sirkulasi kemudian meningkat secara dramatis, di mulai dari 8.657 eksemplar pada tahun 1983, kemudian meningkat menjadi 17.480 eksemplar pada tahun 1988. Setelah pergantian kepala editor pada tahun 1991, harian *The Jakarta Post* mulai mengambil posisi pro-demokrasi.

The Jakarta Post adalah salah satu harian berbahasa Inggris yang berhasil melewati krisis keuangan Asia pada tahun 1997, dan tumbuh dengan 40.000 eksemplar dan memiliki 41.049 pelanggan per 1998. Pada tahun 1994, *The Jakarta Post* menjadi surat kabar pertama di Indonesia yang mencapai tahap *Go International* di bawah proyek

bernama “Go International”. *The Jakarta Post* memiliki tabloid edisi minggu (J+) dan juga daring (www.thejakartapost.com) dengan konten yang terus *update* sesuai dengan konsep utama media daring, yaitu menampilkan berita yang *update*. *The Jakarta Post* mendapatkan penghargaan internasional dari *International Marketing Association Editor and Publisher* sebagai juara pertama di antara koran-koran yang mampu menyirkulasikan kurang dari 50.000 kopi per hari dalam kategori hubungan masyarakat, dan masih banyak penghargaan yang diterima oleh *The Jakarta Post*.

The Jakarta Post memiliki lebih dari 85.000 kopi eksemplar yang didistribusikan dengan kalkulasi 90% pelanggan, dan 10% non pelanggan, serta 70% pembaca lokal, dan 30% pembaca yang berasal dari luar negeri (*Expat readers*). Berdasarkan *Google Analytics* Januari 2016, www.thejakartapost.com memiliki 1.100.000 pelanggan aktif dan akses media daring www.thejakartapost.com lebih dari 12 juta *view* per bulan yang diakses oleh 57% warga lokal (Indonesia) dan juga 43% warga internasional.

2.1.2 Visi dan Misi *The Jakarta Post*

Visi : *The Jakarta Post* adalah sebuah perusahaan dengan beragam platform yang terus berkembang sebagai penyedia konten berbahasa Inggris di Indonesia, yang berakar pada kualitas jurnalistik tertinggi dan ikut mewujudkan nilai-nilai masyarakat kewargaan yang lebih manusiawi

Misi : 1. Perusahaan Yang Terus Berkembang.
Sebuah perusahaan yang terus bertumbuh secara sehat, pragmatis dalam kebijakan korporatnya, terbuka untuk kerjasama dengan mitra-mitra bisnis dengan mengandalkan kredibilitas dan kompetensi inti *The Jakarta Post*

2. Beragam *Platform* dan Produk.

Memperluas basis produk yang ada saat ini melalui beragam platform untuk mendatangkan sumber-sumber pendapatan baru sesuai dengan kompetensi inti *The Jakarta Post*.

3. Penyedia Konten Berbahasa Inggris

Menghasilkan dan terlibat dalam segala aktivitas dan informasi berbahasa Inggris berbasis pengetahuan dalam segala bentuk dan format dengan perspektif Indonesia yang terdidik.

4. Jurnalisme berkualitas.

Berpegang teguh pada standar jurnalistik tertinggi, dan didukung oleh para profesional yang kompeten dan memiliki integritas yang tinggi.

5. Masyarakat kewargaan yang manusiawi.

Menegakkan etika pluralisme, transparansi, kesetaraan kesempatan, kecintaan pada negara-bangsa dengan keyakinan bahwa kita secara bersama-sama bisa menularkan nilai-nilai kemanusiaan universal dalam menciptakan masyarakat kewargaan yang lebih manusiawi.

2.1.3 Arti Logo *The Jakarta Post*

The Jakarta Post

Gambar 2. 1 Logo The Jakarta Post

Logo *The Jakarta Post* terdiri dari tiga kata dan dua warna. Kata “*The*” pada *The Jakarta Post* ingin memberikan kesan perkenalan kepada masyarakat, sedangkan “*Jakarta*” dan “*Post*” memberikan sebuah kebanggaan pada *brand* mereka tanpa membuat sebuah arogansi atau kesombongan. Warna merah pada logo “*Jakarta*” menjelaskan bahwa nilai dan kebudayaan *brand* tersebut adalah kota Jakarta itu sendiri.

2.2 STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN

The Jakarta Post memiliki struktur organisasi yang terdiri dari divisi konten dan divisi bisnis. Divisi konten terdiri dari redaksi dan produksi, sementara divisi bisnis terdiri dari iklan, distribusi, dan teknik.

Jajaran Pimpinan *The Jakarta Post*

Boards of Directors : Jusuf Wanandi, Cherly P. Santoso, Endy M. Bayuni,
Riyadi Suparno, Judistira Wanandi

Editor-In-Chief : Endy M. Bayuni

Senior Managing Editor : Kornelius Purba

Managing Editors : Primastuti Handayani, M, Taufiqurrahman

Senior Editor : Vincent Lingga

Editorial Advisory Board : Fikri Jufri, Djisman Simajuntak

Ombudsman : Vincent Lingga

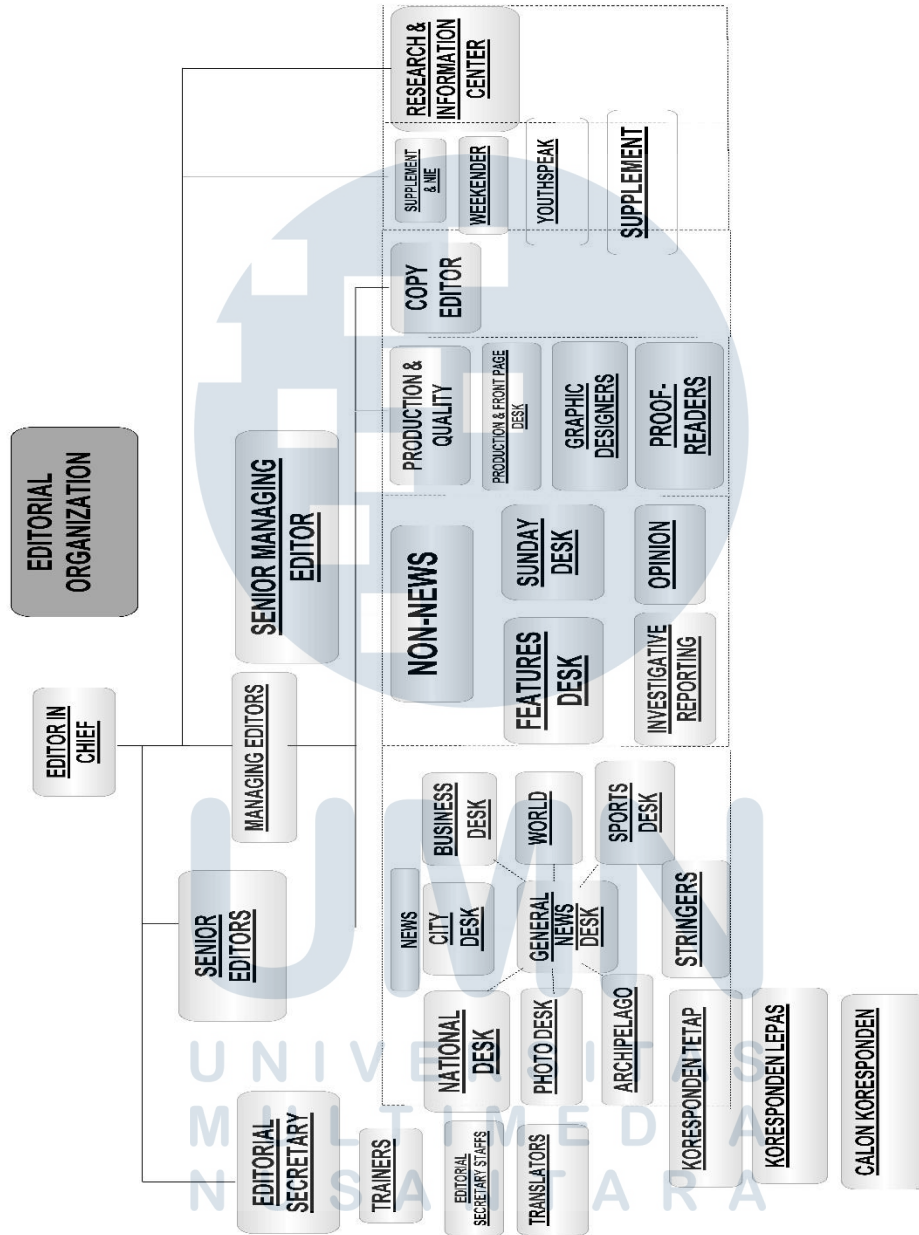
Editorial Staff

: Adisti Sukma Sawitri, Ahmad Junaidi, Arief

Suhardiman S., Ary Hermawan, Ati Nurbaiti, Bagus T. Saragih, Bambang Nurbianto, Budhi Button, Damar Harsanto, Desy Nurhayati, Dwi Atmanta, Dhoni Setiawan, Evi Mariani, Esther Samboh, Hans David Tampubolon, Hasyin Widhiarto, Hendarsyah Tarmizi, Ida Indawati Khouw, Ika Krismntari, Imanuddin Razak, Indah Setiawati, Irawaty Wardany, I Wayan Juniarta, Jerry Adiguna, Kurniawan Hari Siswoko, Linda Hollands Sjahlim, Linda Yulisman, Musthofid, Nani Afrida, Nikn Prathivi, Novan Iman Santosa, Pandaya, Pujiyanto Johan Leo, R. Berto Wedhatama, Ricky Yudhistira, Seto Awo Wardhana, Sri Wahyuni, Stevie Emilia, Tassia Sipahutar, Tertiani ZB Simanjuntak, Veeramalla Anjaiah, Viriya Paramia Singgih, Wendra Ajistyatama, Wienda, Y. Dicky Christanto

Struktur Organisasi *The Jakarta Post*

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Bagan 2.1 Struktur organisasi *The Jakarta Post*

2.3 RUANG LINGKUP DIVISI TERKAIT

Saat menjalani praktik magang, penulis berada dalam divisi foto jurnalistik dalam pimpinan *Photo Editor*. *Photo Editor* memiliki tugas untuk memilih foto yang dimuat dan memiliki wewenang untuk memutuskan foto apa yang akan digunakan, sesuai dengan isu yang sedang terjadi, baik domestik ataupun mancanegara.

Dalam keseharian *Photo Editor* dibantu oleh seorang periset foto. Periset foto memiliki tugas untuk memerhatikan foto-foto yang berasal dari biro foto (*wires*). Foto yang dianggap penting dan tidak dimiliki oleh kantor berita akan diunduh oleh periset dan kemudian didiskusikan dengan editor foto. *The Jakarta Post* memiliki tim periset foto yang bertujuan untuk mengatur kerapian arsip foto dan juga mempertahankan standar foto yang dimuat.

Susunan Divisi Fotografi *The Jakarta Post*

Photo Editor : R. Berto Wedhatama

Deputi Editor : Ricky Yudhistira

Deputi Editor Assistant : Jerry Adiguna

Photo Research and Archive : Adi Purnama Yulistiawan

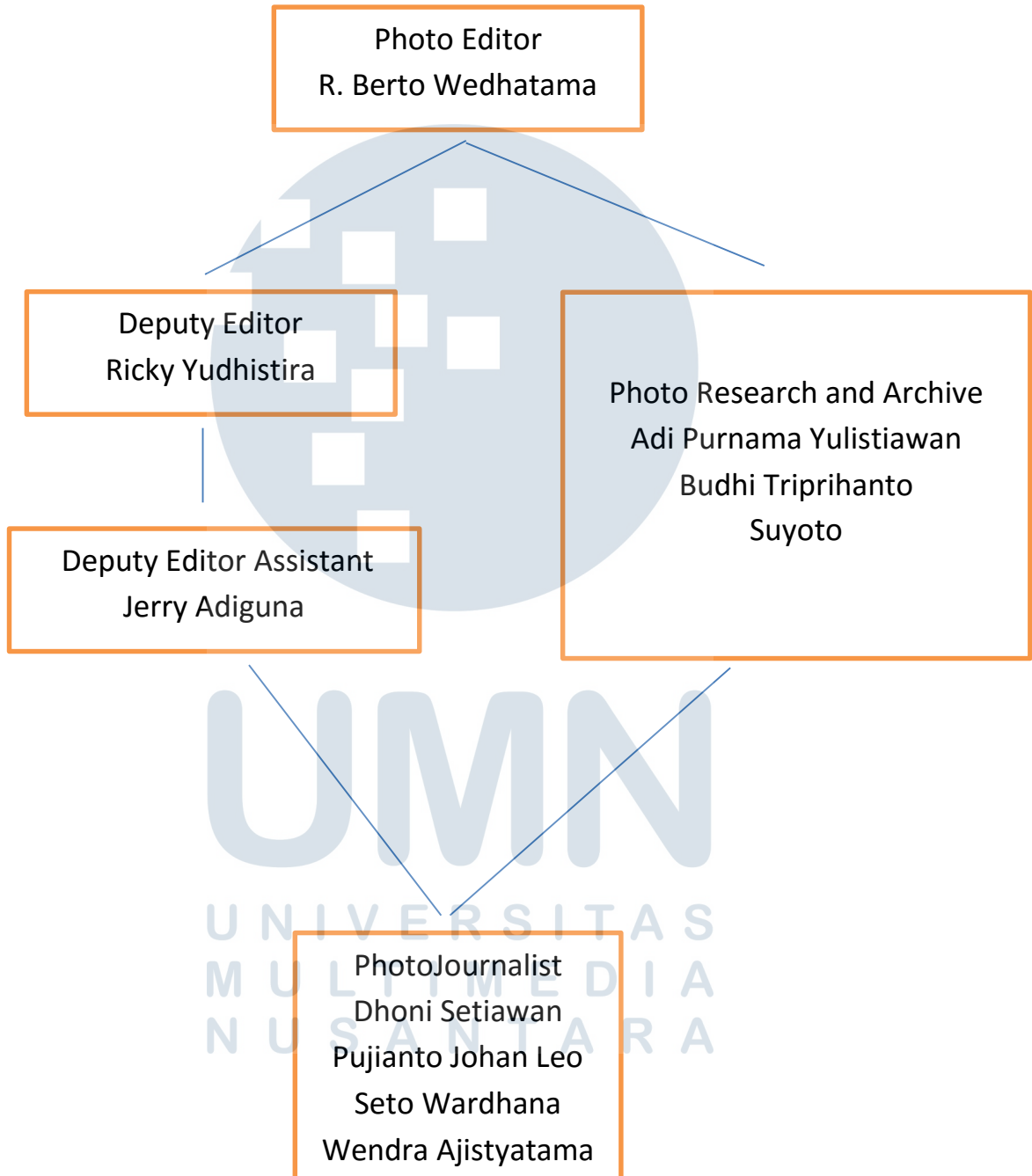
Budhi Triprihanto

Suyoto

Photo Journalist : Dhoni Setiawan, Pujianto Johan Leo,

Seto Wardhana, Wendra Ajistyatama.

Struktur Divisi Foto *The Jakarta Post*



Bagan 2. 2 Struktur Divisi Foto Jurnalistik *The Jakarta Post*
BAB 3