

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Kehadiran media CNN di Indonesia merupakan hasil dari kerja sama antara salah satu anak perusahaan CT Corpora milik Chairul Tanjung dengan Turner Broadcasting System Asia Pacific, Inc. Ide CNN Indonesia sebenarnya sudah ada sejak 2009. Saat itu, Transmedia ingin menjalin kerjasama dengan CNN *International* untuk menyiarkan berita secara digital. Namun, karena terhambatnya perkembangan televisi digital di Indonesia menyebabkan proyek ini ditunda. Chairul Tanjung dari Transmedia dan Jeff Zucker dari CNN *International* akhirnya mengumumkan kemitraan mereka dengan menandatangani kesepakatan kerja sama pada tanggal 28 Februari 2014. CNN Indonesia resmi menjadi bagian dari keluarga besar Transmedia Group bersama dengan detikcom, Trans TV, dan Trans7.



Gambar 2.1 Logo CNN Indonesia

Sumber: *Company Profile* CNN Indonesia, 2024

Perjalanan CNN Indonesia dimulai dari kemunculan portal berita daring atau situs web CNNIndonesia.com terlebih dahulu pada 20 Oktober 2014. Diikuti dengan CNN Indonesia TV yang mulai tayang secara penuh pada 17 Agustus 2015. Siaran pertama CNN Indonesia TV muncul pada 3 Agustus 2015 yang resmi diluncurkan dalam HUT Transmedia ke-14 pada 15 Desember 2015. Pada mulanya,

saluran TV CNN Indonesia hanya bisa dinikmati di televisi berlangganan seperti Transvision dan IndiHome. CNN Indonesia juga sempat "berbagi saluran" dengan Trans TV dalam menyiarkan program pengganti reportase atau berita di sana (yang masih berlanjut hingga kini dan kemudian ditambah program bersama Redaksi Trans7 yang kemudian produksinya diambil alih oleh CNN Indonesia). Pada Agustus 2015, siaran CNN Indonesia TV dapat dinikmati secara mandiri di multiplex (mux) televisi digital Transmedia di berbagai daerah seperti Jabodetabek, Bandung, dan Surabaya.

Program-program di CNN Indonesia sangat beragam dan dapat bertambah atau berkurang seiring berjalannya waktu. Per Maret 2024, terdapat total 20 program yang tayang di saluran televisi CNN Indonesia. Beberapa di antaranya adalah Redaksi, Prime News, Newshour, Today, Mata Viral, Tech News, Insight with Desi Anwar, dan Political Show (*Company Profile* CNN Indonesia, 2024).

CNN Indonesia memiliki tagline "*News We Can Trust*" yang berarti CNN Indonesia akan selalu memberikan audiens atau khalayak berita serta informasi yang adil, transparan, akurat, dan independen sesuai dengan kebenaran. Tagline ini menggambarkan CNN Indonesia sebagai entitas pers di Indonesia yang berpedoman pada Kode Etik Jurnalistik. Pemilik PT Trans News Corpora, Chairul Tanjung, juga berharap CNN Indonesia dapat menjadi pilihan baru untuk mendapatkan berita tepercaya, menarik, dan berkualitas selama 24 jam.

### **2.1.1 Visi dan Misi**

CNN Indonesia tentu memiliki visi dan misi yang menjadi pedoman dalam menjalankan perannya sebagai media. Visi dari CNN Indonesia adalah untuk mengungkapkan fakta dan kebenaran sesuai dengan kenyataannya serta menjadi media yang selalu siap untuk memberitakan berita terkini kepada khalayak.

Kemudian untuk misi dari CNN Indonesia sendiri adalah untuk menyampaikan berita yang singkat, padat, tapi jelas dan tidak bertele-tele. Kualitas dari berita yang dipublikasikan juga menjadi prioritas bagi CNN Indonesia, seperti tampilan gambar atau grafis pelengkap yang menarik

dalam menyajikan suatu berita. Berikut adalah kutipan visi dan misi dari CNN Indonesia:

*Panjang bukan berarti membosankan. Pendek tidak berarti dangkal.*

*Panjang pendek bukanlah rumus. Panjang pendek bukanlah kungkungan.*

*Panjang dan pendek hanyalah sebuah format penyampaian. Sebuah pilihan. Dangkal dan membosankan adalah cermin ketidaktrampilan penyampainya. Bukan karena formatnya.*

*Karenanya berita kami bisa panjang dan bisa pendek.*

*Sama seperti dengan pilihan kami untuk tidak sekadar menggunakan semata kata-kata untuk menyampaikan berita. Grafis, foto, dan video adalah juga alat kami. Semua bisa saling berdiri sendiri bercerita sekaligus saling melengkapi sebagai sebuah kesatuan.*

*Kami tak hendak menjadi hakim. Tak hendak pula menjadi algojo. Niatan kami hanyalah mengungkapkan fakta secara apa adanya. Membilasnya dari bias.*

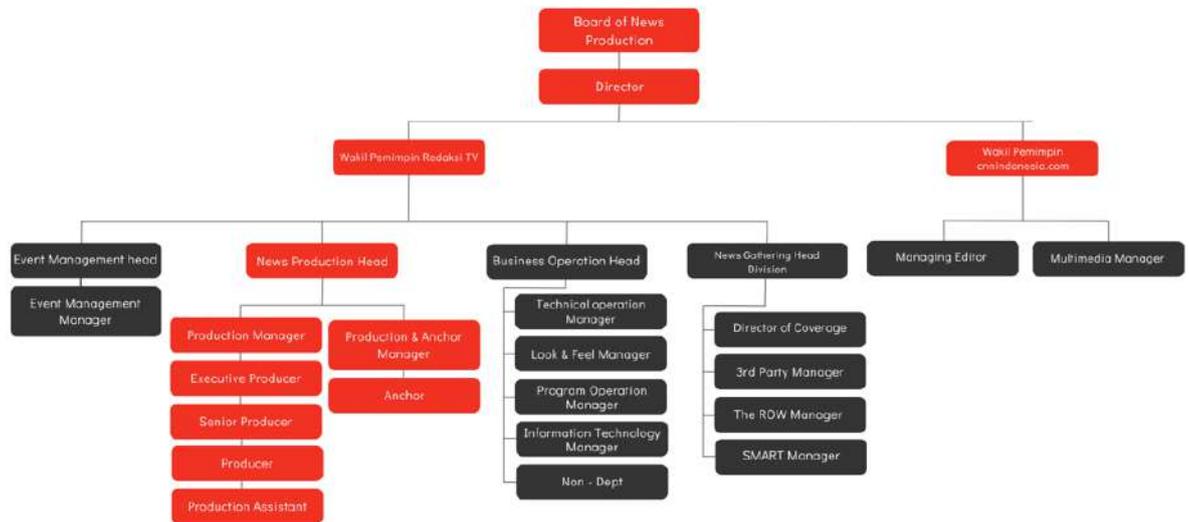
*Kami ada semata karena kepekaan. Ketika sebuah peristiwa, sebuah perkara, layak untuk disampaikan, menarik, dan sebisa mungkin membuka wawasan. Ketika kegembiraan, tragedi, yang tersembunyi, dan yang terbuka perlu untuk diketahui.*

*Kami hadir untuk mengabarkan.*

## **2.2 Struktur Organisasi Perusahaan**

Kepemimpinan tertinggi di CNN Indonesia dipegang oleh Titin Rosmasari sebagai *Board of News Production* yang membawahi berbagai departemen. Pada gambar struktur organisasi berikut, penulis sebagai *production assistant* berada pada Departemen *Production* Divisi *News Production* dan secara spesifik ditempatkan pada program.

# STRUKTUR ORGANISASI CNN INDONESIA TV



Gambar 2.2 Struktur Organisasi CNN Indonesia TV

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2024

UMM  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA