

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Berdasarkan informasi yang penulis dapatkan dari *website* resmi Bisnis Indonesia Group yaitu <https://bisnisindonesiagroup.com/about>, pada 14 Desember 1985, terbit *Harian Bisnis Indonesia* untuk yang pertama kali. Hari ini menandakan awal mula Bisnis Indonesia beroperasi. Grup Sahid, Grup Jaya, Grup Salim, dan Ciputra merupakan pelopor dari surat kabar ini. Informasi seputar bisnis dan perekonomian, baik domestik maupun internasional, menjadi fokus utama *Harian Bisnis Indonesia*. Edisi pertama *Harian Bisnis Indonesia* terbit dalam 12 halaman dengan headline berjudul “Inggris abaikan kerjasama dengan OPEC soal harga”.

Gambar 2.1: Logo *Bisnis Indonesia Group*



Sumber: Aset Perusahaan (<https://bisnisindonesiagroup.com/about>)

Dalam artikel berjudul *Profil Bisnis Indonesia Group*, dalam rangka digitalisasi berita yang dimuat di edisi cetak *Bisnis Indonesia*, Komisaris Utama PT JAG Sukamdani Sahid Gitosardjono pertama kali memperkenalkan *website* <http://www.bisnis.com> pada tanggal 2 September 1996. Sebagai salah satu divisi dari *Bisnis Indonesia*, *Bisnis.com* membahas topik-topik ekonomi, bisnis, global, politik, hingga sosial. Langkah ini merupakan upaya *Bisnis Indonesia* untuk mengikuti digitalisasi media tanpa menghilangkan media cetak menjadi media *online*.

Harian umum Solopos yang terbit di bawah naungan PT Aksara Solopos mulai terbit pada tanggal 19 September 1997. Hingga saat ini Solopos telah berkembang menjadi kelompok usaha sendiri yang beranggotakan percetakan PT Solo Grafika Utama dan PT Radio Solo Audio Utama, perusahaan pengelola Radio Solopos FM yang lahir pada 12 April 2003. Sedangkan pada 13 September 2002, PT Jurnalindo Aksara Grafika (JAG) yang berkantor pusat di Rawa Gelam, Pulogadung, Jakarta Timur, melakukan ekspansi ke industri percetakan dengan PT Aksara Grafika Pratama (AGP).

Bisnis Indonesia Group mulai beralih ke format digital sebagai upaya beradaptasi dan mengikuti perkembangan terkini. Oleh karena itu, pada tanggal 10 Desember 2012, didirikanlah PT Navigator Information Sibermedia (NIS) yang khusus mengelola *Bisnis.com*.

Gambar 2.2: Logo *Bisnis.com*



Sumber: Aset perusahaan (<https://bisnisindonesiagroup.com/about>)

Sebagai upaya mengikuti perkembangan teknologi informasi, *Bisnis.com* meluaskan sayapnya ke media sosial. Berdasarkan wawancara penulis dengan Fahri N. Muharom selaku *Assistant Content Manager* pada 4 Maret 2024, diketahui bahwa *Bisnis.com* bergabung ke *platform* Instagram pada April 2014. Dalam *platform* tersebut, *Bisnis.com* menyajikan informasi dalam bentuk foto, video, dan infografis dari artikel yang ada di *website* *Bisnis.com*. Pada 22 November 2021, *Bisnis.com* juga bergabung ke *platform* Tiktok, sejalan dengan tren konsumsi informasi masyarakat yang beralih dari media massa ke media sosial dengan bentuk video vertikal (Muharom, 2024).

2.1.1 Visi Misi

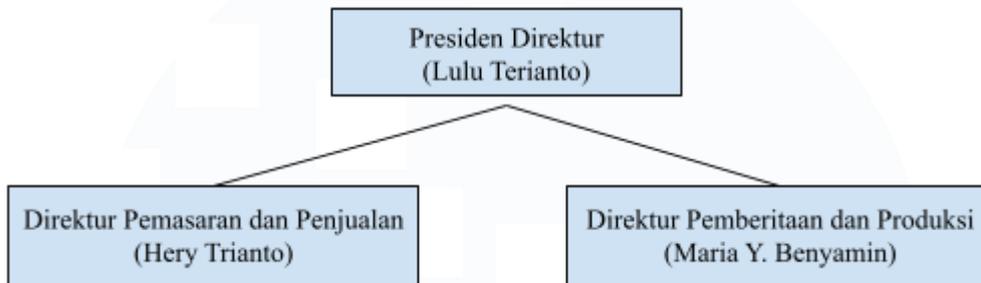
Sebagai media bidang ekonomi dan bisnis unggulan di Indonesia, Bisnis Indonesia memiliki visi yaitu membangun reputasi yang kokoh sebagai penyedia multimedia atau informasi dalam rangka membantu pendidikan nasional. Untuk mewujudkan visi tersebut, Bisnis Indonesia memiliki misi untuk mendiversifikasi bisnis multimedia, meningkatkan basis kompetensi sumber daya manusia, menghasilkan keuntungan yang adil, menjaga dan meningkatkan kredibilitas perusahaan, serta memperbaiki lingkungan bisnis.

Selain visi dan misi, Bisnis Indonesia juga memiliki budaya perusahaan. Dilansir dari *website* resmi Bisnis Indonesia Group, budaya perusahaan tersebut ada sebanyak enam budaya, bernama 'BISNIS'. Setiap huruf dari 'BISNIS' memiliki kepanjangannya masing-masing.

1. *Balance*, yang berarti Bisnis Indonesia menerapkan prinsip keseimbangan untuk segala aspek.
2. *Integrity*, yang berarti dalam menjalankan medianya, Bisnis Indonesia jujur dan bertanggung jawab sesuai etika dan peraturan yang ada.
3. *Service Excellence*, yang berarti dalam pelayanannya Bisnis Indonesia memberikan solusi dan layanan prima.
4. *Networking*, yang berarti Bisnis Indonesia membangun kemitraan yang produktif.
5. *Innovations*, yang berarti Bisnis Indonesia bekerja secara kreatif untuk menghasilkan nilai tambah.
6. *Strive for Success*, yang berarti Bisnis Indonesia memiliki semangat yang tinggi untuk menjadi yang terbaik.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

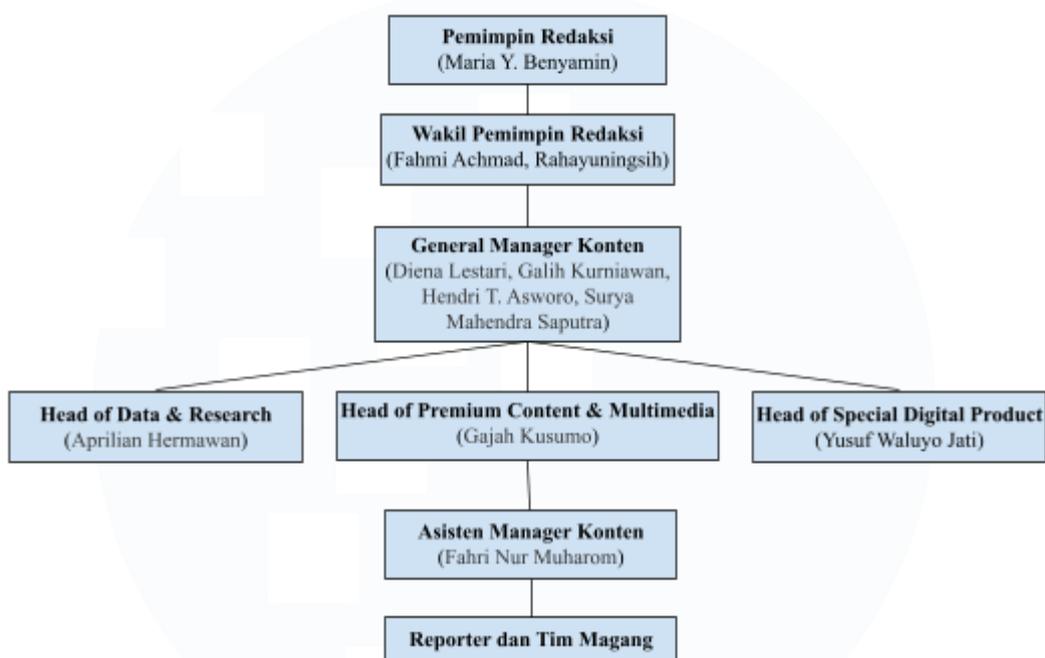
Tabel 2.2.1 Susunan Dewan Direksi Bisnis Indonesia



Sumber: Aset perusahaan (<https://bisnisindonesiagroup.com/about#>)

Dunia usaha di Indonesia memerlukan banyak pengetahuan di bidang bisnis dan perekonomian untuk mendukung ekspansi keduanya. Dalam *Board of Directors* pada tabel 2.2.1, Bisnis Indonesia saat ini dipimpin oleh Presiden Direktur yaitu Lulu Terianto. Dalam memimpin perusahaan, ia dibantu oleh Direktur Pemasaran dan Penjualan yaitu Hery Trianto, serta Direktur Pemberitaan dan Produksi yaitu Maria Y. Benyamin. Sebagai pekerja magang di bidang redaksi, penulis berada di bawah tanggung jawab Direktur Pemberitaan dan Produksi yaitu Maria Y. Benyamin yang juga merupakan Pemimpin Redaksi.

Tabel 2.2.2 Susunan Redaksi Media *Online Bisnis.com*



Sumber: Fahri N. Muharom, 2024 (Dokumen Pribadi)

Sejak awal masuk dan menjalani kerja praktik magang di Bisnis Indonesia, penulis ditempatkan di anak media Bisnis Indonesia yaitu *Bisnis.com*. Penulis bekerja sebagai *content creator* media sosial dalam redaksi *Bisnis.com*. Penulis secara langsung berada di bawah tanggung jawab *Content Manager Assistant*, Fahri N. Muharom.