

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Bisnis Indonesia Group

Sejak menerbitkan koran *Bisnis Indonesia* pada 14 Desember 1985, PT Jurnalindo Aksara Grafika memperluas perusahaan dengan melahirkan berbagai lini bisnis di bidang media dan penyedia layanan bagi korporasi. Perkembangan tersebut akhirnya membentuk satu induk perusahaan bernama Bisnis Indonesia Group (BIG) yang diorganisasikan ke dalam dua lini usaha yaitu BIG Media dan BIG Services. BIG Media terdiri dari tiga divisi yang dikelompokkan berdasarkan nama media cetaknya yaitu *Bisnis Indonesia*, *Solopos*, dan *Harian Jogja*. Selain koran, *Bisnis Indonesia* memiliki produk *Bisnis.com* dan *Bisnis TV*. Melalui semboyan “Navigasi Bisnis Terpercaya”, *Bisnis Indonesia* hadir sebagai salah satu media di Indonesia yang memproduksi dan mendistribusikan berita ekonomi serta bisnis. Dirintis oleh Sukamdani Sahid Gitosardjono (Sahid Group), Ciputra (Ciputra Group), Anthony Salim (Salim Group), dan Eric Samola (veteran media), target pasar *Bisnis Indonesia* merupakan jajaran direksi dan para pengambil keputusan dari berbagai perusahaan.

Dilansir dari *Kabar24.Bisnis.com* (2014, Desember 14), koran *Bisnis Indonesia* semakin dikenal publik berkat eksistensinya di Bursa Efek Jakarta (BEJ) pada 1987 dan meluasnya industri perbankan berkat penerapan kebijakan Paket Oktober (Pakto) pada 1988. Demi menjangkau khalayak yang lebih luas, PT Jurnalindo Aksara Grafika melahirkan anak usaha untuk menerbitkan media berbasis cetak lainnya seperti *Solopos* pada 19 September 1997 melalui PT Aksara Solopos dan *Harian Jogja* pada 20 Mei 2008 melalui PT Nasional Restorasi. BIG Media melalui anak usaha PT Jurnalindo Aksara Grafika lainnya juga hadir dalam bentuk digital sebagai langkah adaptif untuk menjawab tantangan globalisasi. Media digital tersebut di antaranya *Bisnis.com*, *Bisnis TV*, *Solopos TV*, *BisnisMuda.id*, *BisnisIndonesia.id*, *Hypeabis.id*, *DataIndonesia.id*, dan *Context.id*.

Kantor pertama BIG berlokasi di Jalan Kramat 5 Nomor 8, Jakarta Pusat. Pada 1992, aktivitas perusahaan yang semakin berkembang mengharuskan BIG pindah ke wisma besar di Jalan Letjen S. Parman Kavling 12A, Slipi, Jakarta Barat. Namun, untuk meningkatkan layanan dengan para pemangku kepentingan perusahaan di pusat bisnis, pada 1 Januari 2005 segala aktivitas berpindah ke Wisma Bisnis Indonesia di Jalan KH Mas Mansyur Nomor 12A, Karet Tengsin, Jakarta Pusat. BIG juga memiliki kantor perwakilan dan percetakan yang tersebar di Medan, Pekanbaru, Palembang, Jakarta, Bandung, Semarang, Solo, Surabaya, Denpasar, Balikpapan, dan Makassar.

Selain BIG Media, terdapat BIG Services yang melayani kebutuhan korporasi berupa Data Services, Cyber Techno, Book & Magz Publishing, Printing Networks, dan Event Networks. Melalui BIG Services, BIG menjadi pemasok kebutuhan informasi untuk lembaga-lembaga pemberitaan internasional seperti NewsNet Asia, Factiva, ISI Emerging Markets, *Xinhua*, dan *Bloomberg*. Di luar lini bisnis BIG, terdapat BIG Events sebagai acara penghargaan ataupun diskusi terkait ekonomi dan bisnis yang diselenggarakan BIG dengan melibatkan para pemangku kepentingan perusahaan ataupun pejabat pemerintah. Acara yang diselenggarakan BIG setiap tahun di antaranya Bisnis Indonesia Awards, Bisnis Indonesia Communication Forum, Bisnis Indonesia Financial Award, dan Bisnis Indonesia Business Challenges

Sampai saat ini, BIG Media konsisten menghadirkan informasi terkait kebijakan ekonomi, pasar modal, perbankan, asuransi, dana pensiun, teknologi informasi, agribisnis, manufaktur, infrastruktur, pariwisata, transportasi, dan pertambangan serta energi. Berkat konsistensi, kolaborasi pimpinan dan karyawan, dan dukungan masyarakat serta pemangku kepentingan, BIG Media meraih penghargaan di berbagai kompetisi media yang diselenggarakan pemerintah ataupun swasta seperti Bank Indonesia, Pemerintah Provinsi DKI, BPS Award 2017, Kementerian Keuangan, Kemendikbud, KPPU, Certificate Home Credit, Penghargaan Mitra BPKN, dan IPC Customer Award 2017.

2.2 Visi dan Misi Bisnis Indonesia Group

Bisnis Indonesia Group memiliki visi untuk menjadi perusahaan media informasi atau multimedia yang terpercaya dalam rangka ikut mencerdaskan bangsa. Visi tersebut selaras dengan misi untuk melakukan diversifikasi usaha multimedia, memberdayakan sumber daya manusia lebih optimal (*competence base*), menjaga dan mempertahankan kredibilitas usaha yang sehat (*sound business*), menghasilkan keuntungan yang wajar, dan memberikan manfaat bagi lingkungan dunia usaha.

2.3 Budaya Bisnis Indonesia Group

Terdapat sumber daya manusia yang berkualitas di balik kemampuan Bisnis Indonesia Group (BIG) untuk beradaptasi, bertransformasi, menjaga kepercayaan, dan integritas. Kualitas tersebut dibangun oleh adanya budaya bekerja.



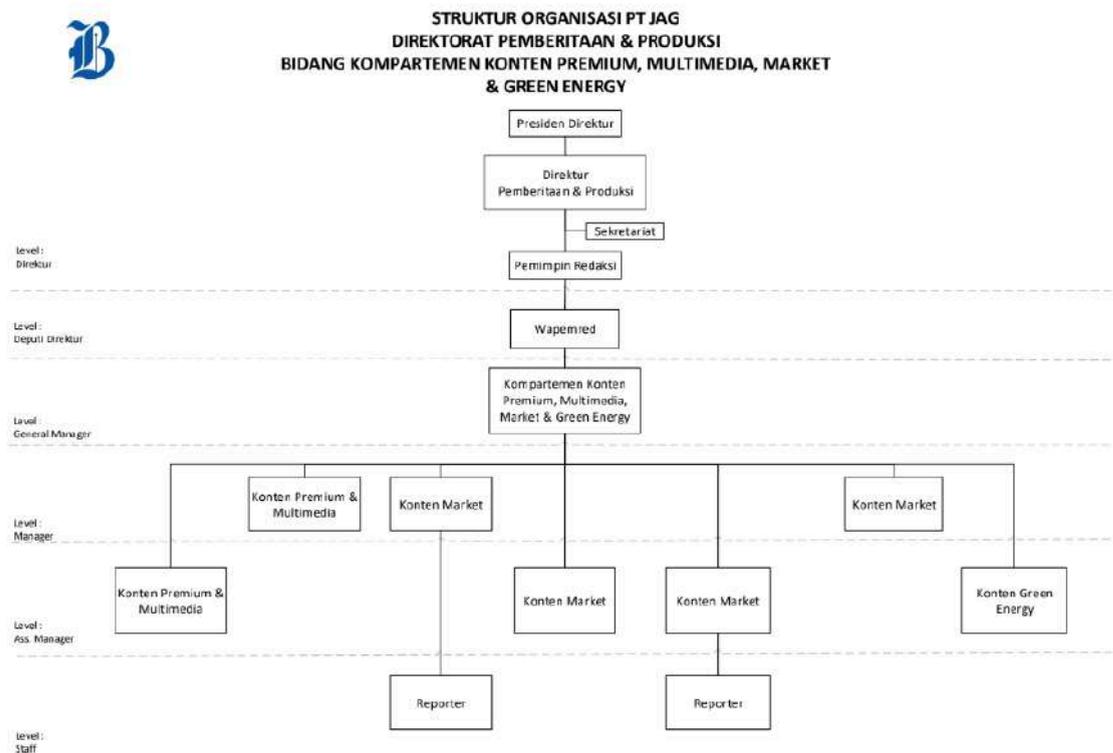
Gambar 2.1 Budaya Bisnis Indonesia Group

Sumber: Profil Bisnis Indonesia Group (2018)

Melalui penanaman nilai budaya berupa Balance, Integrity, Service Excellence, Networking, Innovation, dan Strive for Success (BISNIS) sebagai fondasi, BIG memampukan setiap tenaga kerjanya berkontribusi untuk melahirkan karya-karya terbaik bagi negeri. Dengan demikian, BIG menjadi perusahaan media yang berimbang, bertanggung jawab, memberikan layanan terbaik, membangun kemitraan yang produktif, kreatif, dan semangat untuk menjadi yang terbaik dalam rangka turut mencerdaskan kehidupan bangsa.

2.4 Struktur Organisasi *Bisnis.com*

Berikut struktur organisasi pada kanal Market dan Konten Premium di *Bisnis.com*, salah satu anak media Bisnis Indonesia Group (BIG) Media, tempat penulis melaksanakan kerja magang.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Kanal Market dan Konten Premium *Bisnis.com*

Sumber: Sumber Daya Manusia (SDM) Bisnis Indonesia Group

Aktivitas kerja manajer konten, asisten manajer konten, dan reporter Konten Market, Konten Premium, Multimedia, dan Konten Green Energy berada di bawah Direktorat Pemberitaan dan Produksi. Direktorat Pemberitaan dan Produksi dipimpin oleh pemimpin redaksi serta wakil pemimpin redaksi. Namun, selama kerja magang penulis tidak berkoordinasi dengan para pimpinan secara langsung. Penulis hanya berkoordinasi dengan manajer konten setiap harinya. Selain itu, koordinasi dengan asisten manajer konten dan reporter senior juga dilakukan ketika terdapat tugas yang memerlukan bantuan penulis ataupun liputan lapangan.

2.5 Ruang Lingkup Kerja Reporter

Selama kerja magang, penulis dipercaya untuk menjadi Reporter kanal Market dan Konten Premium. Market memiliki subkanal berupa Bursa dan Saham, Obligasi dan Reksadana, Emas, Kurs, Komoditas, Rekomendasi, dan Korporasi. Pada kanal Market, Reporter berperan menulis ulang atau *rewrite* berita berdasarkan artikel yang tayang pada media langganan Bisnis Indonesia Group yaitu *Reuters* dan *Bloomberg*. Reporter juga menyusun berita berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber ataupun liputan lapangan sesuai arahan Editor.

Pada Konten Premium, Reporter menyusun berita dengan minimal lima ribu karakter huruf yang membahas isu-isu pada kanal Market, Finansial, Ekonomi, dan Ekonomi Hijau. Konten Premium merupakan berita berbayar sehingga Reporter perlu melakukan riset mendalam sampai menghasilkan satu berita yang kaya akan informasi. Seluruh berita yang telah Reporter buat kemudian disunting oleh Editor sebelum akhirnya diunggah secara resmi di laman *Bisnis.com*, bahkan berpeluang tayang di media sosial ataupun media cetak Bisnis Indonesia Group.