

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Kelahiran media Tempo berawal dari sebuah perundingan antara enam orang wartawan dan pendiri dan sekretaris Yayasan Jaya Raya. Enam orang wartawan tersebut adalah Goenawan Mohamad, Harjoko Trisnadi, Fikri Jufri, Lukman Setiawan, Usamah, dan Christianti Wibisono. Rapat yang dilaksanakan di Kantor Ciputra dan dilanjutkan di kediaman Ciputra ini menghasilkan kesepakatan untuk membentuk Majalah Tempo dengan bantuan modal dari Yayasan Jaya Raya.

Pada 1971 lahir Majalah dengan nama Tempo yang pilih karena empat alasan. Pertama, Tempo sebuah kata yang singkat dan bersahaja serta mudah diucapkan oleh semua masyarakat Indonesia. Kedua, kata Tempo merupakan kata yang tidak mengejutkan dan merangsang, sebuah kata yang terdengar netral. Ketiga, Tempo bukan merupakan sebuah simbol dari suatu golongan. Terakhir kata Tempo berarti sebuah waktu, sebuah kata yang lazim dan banyak digunakan oleh penerbitan jurnalistik di seluruh dunia (*Tempo.id*, n.d.). Filosofi Tempo dapat dilihat melalui pengantar edisi pertama Tempo pada 1971. Goenawan Mohamad menulis “Asas jurnalisme kami bukanlah jurnalisme yang memihak satu golongan. Kami percaya bahwa kebajikan, juga ketidakbajikan, tidak menjadi monopoli satu pihak. Kami percaya bahwa tugas pers bukanlah menyebarkan prasangka, justru melenyapkannya, bukan membenihkan kebencian, melainkan mengkomunikasikan saling pengertian. Jurnalisme majalah ini bukanlah untuk memaki atau mencibirkan bibir, juga tidak dimaksudkan untuk menjilat atau menghamba.”

Tahun 1982, untuk pertama kalinya Majalah Tempo dibredel karena kritikan tajamnya terhadap rezim Orde Baru dan Partai Golkar. Pembredelan kedua terjadi tahun 1994 karena Majalah Tempo terlalu keras mengkritik Habibie dan Soeharto melalui Menteri Penerangan Harmoko. Setelah kedua pemberedelan itu, mereka yang bekerja di majalah Tempo tercerai-berai dan memutuskan untuk menerbitkan kembali majalah Tempo di tahun 1998. Kehadiran baru Tempo berada di bawah

naungan PT Arsa Raya Perdana yang kemudian pada 2001 melakukan *go public* dan perubahan nama menjadi PT Tempo Inti Media, Tbk. (Perseroan). Dana hasil publik itulah yang kemudian digunakan untuk menerbitkan Koran Tempo (*Tempo.id*, n.d.).

### Gambar 2.1

Logo *Tempo.co*



Sumber: *Tempo.co*

Industri media merupakan salah satu sektor yang terdampak *digital disruption*. Untuk beradaptasi dalam menghadapi perubahan dan ekosistem media, Tempo melakukan Total Transformasi Digital dengan mengembangkan *platform* digital yaitu *Tempo.co* sebagai tumpuan awal media *online* mereka. Sejak 2008, *Tempo.co* hadir dengan wajah baru dan sajian berita yang berkualitas dengan menerapkan standar tinggi jurnalisme. *Tempo.co* memastikan bahwa peliputan dan penulisan peristiwa dilakukan secara tajam, cerdas, dan berimbang. Tempo memiliki sebuah prinsip yaitu “Enak Dibaca dan Perlu, Bahkan Jenaka Pun Bisa.” Nilai budaya yang dimiliki oleh Tempo yaitu terpercaya, merdeka, dan profesional. Terpercaya untuk menjunjung tinggi nilai kejujuran, integritas, dan konsistensi. Merdeka dalam memberikan ruang untuk kebebasan, berpikir, dan berekspresi. Dan profesional yang memiliki kompetensi tinggi dalam bidangnya yaitu jurnalistik. Kini, anak usaha Departemen Media Tempo yaitu PT Info Media Digital atau *Tempo.co* bertumbuh dan berkembang dengan produk turunannya seperti Cantika, GoOto, Foodizz, dan Teras.id.

### **2.1.1 Visi**

Menjadi acuan dalam usaha meningkatkan kebebasan publik untuk berpikir dan berpendapat serta membangun peradaban yang menghargai kecerdasan dan perbedaan (*Tempo.id*, n.d.).

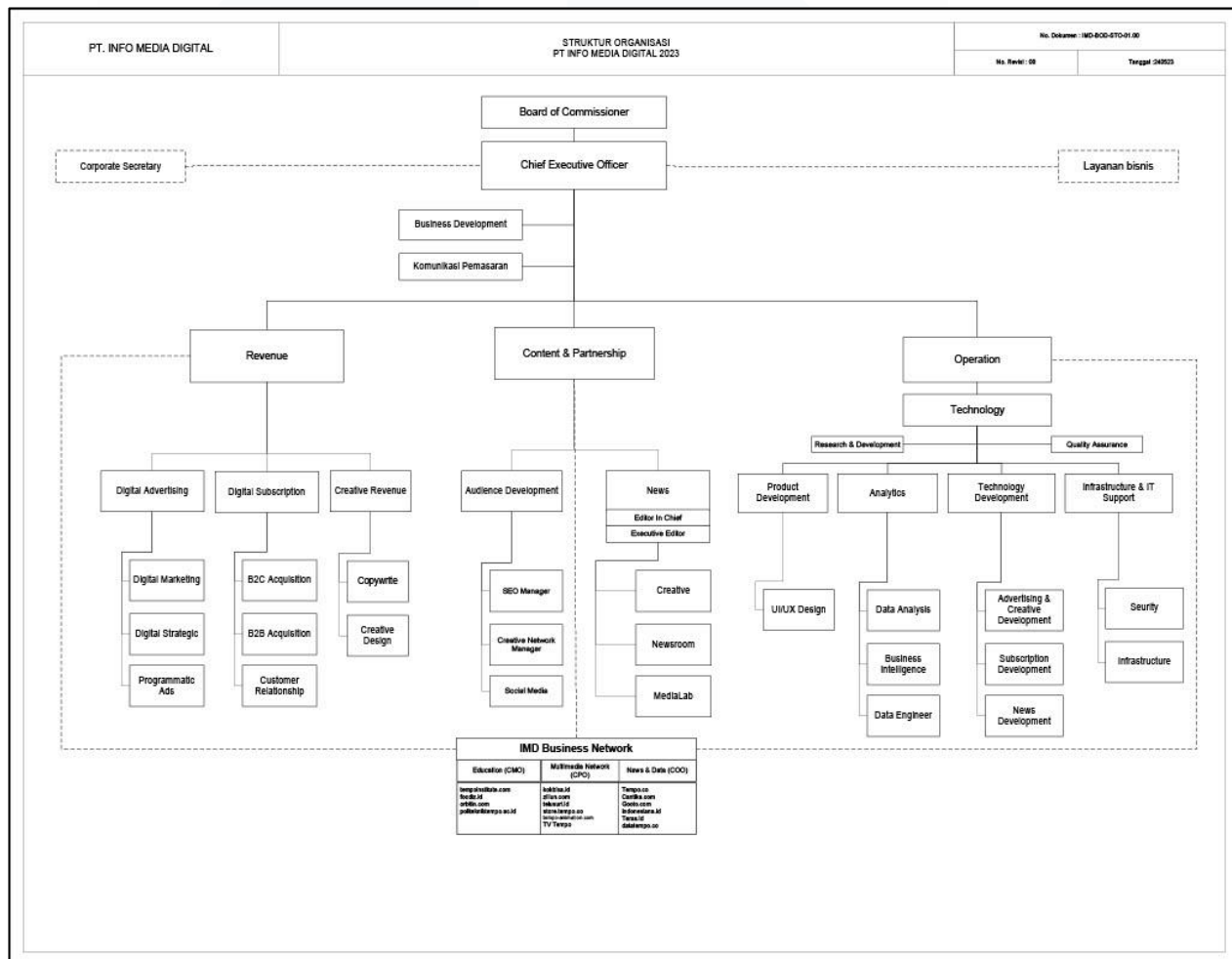
### **2.1.2 Misi**

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 saling menghargai dan memberi nilai tambah kepada semua pemangku kepentingan.
5. Menjadi lahan kegiatan yang memperkaya khazanah, artistik, intelektual, dan dunia bisnis melalui pengikatan ide-ide baru, bahasa, dan tampilan visual yang baik.
6. Menjadi pemimpin dasar dalam bisnis multimedia dan pendukungnya (*Tempo.id*, n.d.).

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 2.2

Struktur organisasi PT Info Media Digital



Sumber: Dokumen Perusahaan

Penulis bekerja di bawah Tim Audience Development di dalam divisi SEO Manager. SEO Manager berperan dalam membuat dan mengatur artikel *Evergreen* atau artikel *timeless* yang menggunakan strategi SEO. SEO Manager bertugas untuk memberikan saran *keyword* yang sesuai dengan mesin pencari untuk tim redaksi untuk konten berita *original report* dan *trending article*. SEO Manager juga bertugas untuk menulis artikel SEO *trending* yang sesuai dengan performa tertinggi, membuat perencanaan menulis, dan mempublikasikan artikel *evergreen* SEO.

**Tabel 2.1**Struktur organisasi Perusahaan *Tempo.co*

<b>JABATAN</b>	<b>NAMA</b>
Direktur Utama	Wahyu Dhyatmika
Direktur	Y. Tomi Aryanto, Ade Liesnasari, Handy Dharmawan
Pemimpin Redaksi	Anton Aprianto
Redaktur Eksekutif	Anton Septian
Koordinator Kanal Vertikal	Anton Septian
<b>KANAL NASIONAL DAN HUKUM</b>	
Kepala	Juli Hantoro
Redaktur	Linda Novi Trianita, Amirullah, Eko Ari Wibowo, Febriyan
Staf Redaksi	Julnis Firmansyah
Reporter	Eka Yudha Saputra, Ade Ridwan Yandwiputra, Tika Ayu, Ima Dini Shafira
<b>KANAL EKONOMI DAN BISNIS</b>	
Kepala	Rr. Ariyani
Redaktur	Agung Sedayu, Martha Warta Silaban
Staf Redaksi	Ali Akhmad Noor Hidayat
Reporter	Moh. Khoiry Alfarizi, Riani Sanusi Putri, Riri Rahayuningsih, Amy Heppy, Amelia Rahima Sari
<b>KANAL SAINS, SPORT, DAN OTOMOTIF</b>	
Kepala	Nurdin Saleh
Redaktur	Sunudyantoro, Devy Ernis, Rina Widiastuti, Wawan Priyanto
Staf Redaksi	Erwin Prima, Arkhelaus Wisnu
Reporter	Dicky Kurniawan, Randy Fauzi Febriansyah
<b>KANAL METRO</b>	
Kepala	Zacharias Wuragil
Redaktur	Clara Maria Tjandra Dewi
Staf Redaksi	Ahmad Faiz, Lani Diana, Muhammad Iqbal
Reporter	M. Faiz Zaki, Mutia Yuantisya, Desty Luthfiani
<b>KANAL GAYA HIDUP. SELEB. TRAVEL. DAN DIFABEL</b>	
Kepala	Istiqomah Hayati
Redaktur	Mitra Tarigan

Staf Redaksi	Ninis Chairunnisa, Mila Novita, Cheta Nilawaty, Yunia Pratiwi
Reporter	Marvela
<b>KANAL INTERNASIONAL</b>	
Kepala	Dewi Rina
Redaktur	Daniel A Fajri
<b>TIM PENGEMBANGAN AUDIENS</b>	
Kepala	Fadhil Sofyan
Staf Media Sosial	Ardiansyah, Jansurya Laura Mitra
Staf Yuniior Media Sosial	Noviyanti Putri, Zakiyah Rachmalia, Abdur Rahim
Editor Konten Media Sosial	Sugiharto
Kreator Video	Aghni Pratiwi
SEO	Andika Dwi, Dini Diah

Sumber: *Tempo.co*, Redaksi

