

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Deskripsi Perusahaan

The Jakarta Post adalah surat kabar harian berbahasa Inggris terkemuka di Indonesia, didirikan pada tahun 1983 oleh PT Bina Media Tenggara. Awalnya didirikan untuk menyediakan liputan berita yang dapat dipercaya bagi ekspatriat yang berbicara bahasa Inggris dan pembaca internasional, surat kabar ini sejak itu menjadi sumber informasi yang dipercaya baik untuk pembaca lokal maupun global.

##### 1. Visi

The Jakarta Post memvisualisasikan dirinya sebagai surat kabar berbahasa Inggris terdepan di Indonesia, berdedikasi untuk mempromosikan transparansi, akuntabilitas, dan kemajuan di negara ini. Ia bertujuan menjadi panutan jurnalisme yang dapat dipercaya, memupuk wacana yang terinformasikan dan pemahaman di antara beragam komunitas.

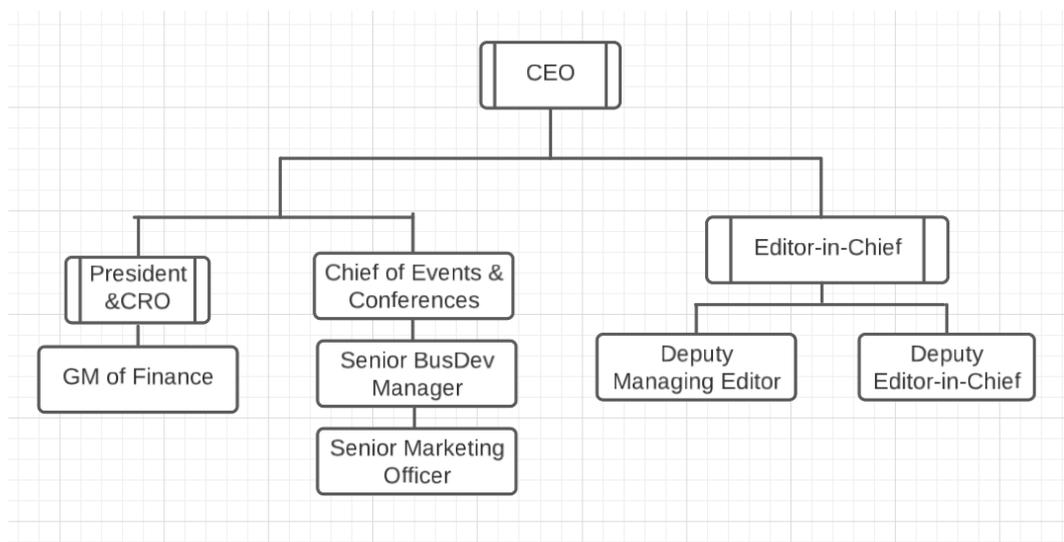
##### 2. Misi

A. **Liputan Berita Komprehensif:** The Jakarta Post berkomitmen untuk menyampaikan liputan berita yang akurat, seimbang, dan tepat waktu di berbagai topik, termasuk politik, ekonomi, bisnis, budaya, dan olahraga. Misi ini adalah untuk memberi informasi dan pendidikan kepada pembaca tentang peristiwa dan isu-isu yang membentuk Indonesia dan dunia.

B. **Integritas Jurnalistik:** Memegang teguh prinsip-prinsip integritas jurnalistik, termasuk objektivitas, keadilan, dan standar pelaporan etis, merupakan inti dari misi The Jakarta Post. Ia berusaha menyediakan konten berita yang dapat dipercaya dan kredibel, menjadi sumber informasi yang dapat diandalkan bagi pembacanya.

- C. **Promosi Dialog dan Pemahaman:** Surat kabar ini bertujuan untuk memupuk dialog dan pemahaman yang konstruktif di antara beragam komunitas dan perspektif. Melalui analisis, komentar, dan opini yang mendalam dari berbagai kontributor, termasuk jurnalis, akademisi, pembuat kebijakan, dan aktivis, ia berusaha memfasilitasi diskusi yang bermakna tentang isu-isu krusial yang dihadapi Indonesia dan masyarakat global.
- D. **Advokasi untuk Demokrasi dan Keadilan Sosial:** The Jakarta Post berkomitmen untuk mempromosikan demokrasi, hak asasi manusia, dan keadilan sosial di Indonesia dan di luar negeri. Ia menjadi platform untuk advokasi perubahan positif dan meningkatkan kesadaran tentang isu-isu sosial yang mendesak, termasuk keberlanjutan lingkungan, kesetaraan gender, dan hak minoritas.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.1 Bagan Struktur Kepala The Jakarta Post

1. Kepemimpinan Eksekutif
  - A. Chief Executive Officer (CEO): Bertanggung jawab atas arah strategis dan manajemen keseluruhan perusahaan.
  - B. President dan Chief Revenue Officer (CRO): Mengawasi operasional sehari-hari perusahaan dan memastikan kelancaran fungsi di seluruh departemen dan penghasilan Perusahaan.
2. Departemen Editorial
  - A. Editor-in-Chief: Kepala tim editorial, bertanggung jawab atas konten surat kabar, termasuk liputan berita, opini, dan fitur.
  - B. Managing Editors: Membantu Editor-in-Chief dalam mengelola alur kerja editorial dan memastikan kualitas dan integritas konten surat kabar.
  - C. Section Editors: Bertanggung jawab atas pengelolaan bagian-bagian tertentu dari surat kabar, seperti berita, bisnis, budaya, olahraga, dan opini.
3. Redaksi
  - A. Reporter: Mengumpulkan berita, melakukan wawancara, dan menulis artikel yang mencakup berbagai topik, termasuk berita lokal, nasional, dan internasional.
  - B. Koresponden: Meliput area geografis atau topik tertentu dan memberikan pembaruan dan analisis secara berkala.
  - C. Editor: Mengedit dan memeriksa fakta artikel, memastikan kepatuhan terhadap standar jurnalistik, dan berkoordinasi dengan reporter dan koresponden.
4. Departemen Produksi
  - A. Manajer Produksi: Mengawasi proses produksi, termasuk layout, desain, dan pencetakan surat kabar.
  - B. Desainer Grafis: Membuat elemen visual, layout, dan ilustrasi untuk edisi cetak dan digital surat kabar.
  - C. Editor Layout: Menyusun teks, gambar, dan iklan di halaman surat kabar untuk memastikan daya tarik estetika dan kemudahan dibaca.

## 5. Tim Media Digital

- A. Editor Digital: Mengelola kehadiran online surat kabar, termasuk situs web dan platform media sosial.
- B. Produser Multimedia: Membuat konten digital, seperti video, podcast, dan fitur interaktif, untuk menarik perhatian audiens online.
- C. Manajer Media Sosial: Mengelola akun media sosial surat kabar, mengurasi konten, dan berinteraksi dengan pengikut.

## 6. Departemen Bisnis

- A. Manajer Pengembangan Bisnis: Mengidentifikasi peluang untuk menghasilkan pendapatan dan kemitraan strategis.
- B. Tim Penjualan: Bertanggung jawab atas penjualan iklan dan penghasilan melalui iklan cetak dan digital.
- C. Tim Pemasaran: Mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran untuk mempromosikan surat kabar dan menarik pembaca.

## 7. Staf Administrasi dan Dukungan

- A. Sumber Daya Manusia: Mengelola urusan personel, termasuk rekrutmen, pelatihan, dan hubungan karyawan.
- B. Keuangan dan Akuntansi: Mengurus manajemen keuangan, perencanaan anggaran, dan fungsi akuntansi.
- C. Dukungan TI: Memberikan dukungan teknis dan memelihara infrastruktur dan sistem TI surat kabar.

### 2.3 Portfolio Perusahaan

Berikut adalah daftar beberapa karya dan proyek penting yang dilakukan oleh The Jakarta Post, dikategorikan berdasarkan bagian:

#### 1. Media dan Publikasi

- A. Edisi Cetak: Diluncurkan pada tahun 1983, The Jakarta Post telah menjadi surat kabar harian berbahasa Inggris yang signifikan di Indonesia. Meskipun menghadapi tantangan, surat kabar ini berhasil mempertahankan keberadaannya dan beradaptasi dengan

- menghentikan edisi Minggunya pada tahun 2016 dan meluncurkan majalah gaya hidup, J+, yang disertakan dalam edisi Sabtu.
- B. Edisi Online: Menyajikan cerita eksklusif cetak dan internet. The Jakarta Post telah mendigitalkan lebih dari 50.000 artikel dari arsipnya dan mulai mengenakan biaya untuk konten premium pada tahun 2017.
  - C. Bali Daily: Diluncurkan pada tahun 2012, menargetkan pembaca di Bali. Meskipun berhenti mencetak pada tahun 2014, ini menandai ekspansi regional yang signifikan.
2. Kemitraan dan Kolaborasi
- A. Reuters dan Dialog Information Services (1994): Kemitraan ini meningkatkan distribusi dan promosi internasional cerita-ceritanya.
  - B. Asia News Network (1999): Anggota pendiri, berkolaborasi dengan outlet berita Asia lainnya untuk liputan yang lebih luas.
  - C. China Daily: Kemitraan untuk berbagi konten dan memperluas jangkauan.

# The Jakarta Post

Gambar 2.2 Logo The Jakarta Post

UJMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA