



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Singkat Perusahaan

Sebuah majalah bernama Ekspres terbit pada tahun 1969 dengan para pendiri awal yaitu Goenawan Mohamad, Fikri Jufri, Christianto Wibisono dan Usamah. Namun terjadi perbedaan prinsip yang berujung pada perpecahan jajaran redaksi dan pemilik modal pada tahun 1970 yang mengakibatkan Goenawan beserta teman-temannya keluar dari majalah Ekspres.

Kemudian terjadi pertemuan antara orang-orang yang dulunya bekerja di majalah Express, yaitu Goenawan beserta teman-temannya dengan Yayasan Jaya Raya yang di pimpin oleh Ir. Ciputra juga orang-orang yang pernah bekerja di majalah Djaja. Dari pihak majalah Djaja, para mantan pegawai tersebut menginginkan majalah Djaja untuk di jadikan badan swasta. Keinginan untuk berubah menjadi swasta di karenakan majalah Djaja yang di kelola oleh pemerintah mengalami macet produksi. Hasil diskusi pun di dapatkan yaitu berdirinya majalah Tempo di bawah PT. Grafiti Pers sebagai penerbitnya.

Edisi perdana Tempo terbit pada 6 Maret 1971. Dengan mengedepankan peliputan berita yang jujur dan berimbang, serta tulisan yang disajikan dalam prosa yang menarik dan jenaka.

Pada tahun 1982, majalah Tempo di bredel oleh pemerintah karena Tempo di anggap terlalu tajam dalam mengkritik rezim Orde Baru dan kendaraan politiknya, Golkar. Tapi pada akhirnya Tempo diperbolehkan terbit kembali setelah menandatangani semacam ‘janji’ di atas kertas segel dengan Ali Moertopo, Menteri Penerangan pada saat itu.

Pada Juni 1994 untuk ke dua kalinya Tempo di bredel oleh pemerintah melalui Menteri Penerangan Harmoko. Tempo di nilai terlalu keras mengkritik Habibie dan Soeharto ihwal pembelian kapal-kapal bekas dari Jerman Timur.

Hingga akhirnya saat Soeharto lengser pada tahun 1998, mereka yang pernah bekerja di Tempo dan sudah bercerai berai akhirnya berembuk ulang mengenai perlu tidaknya majalah Tempo terbit kembali. Dan hasilnya Tempo kembali terbit pada tanggal 12 Oktober 1998.

Untuk meningkatkan skala dan kemampuan penetrasi ke bisnis dunia media, maka pada tahun 2001, PT Arsa Perdana *go public* dan menjual sahamnya ke publik dan lahirlah PT Tempo Inti Media Tbk. (PT TIM) sebagai penerbit majalah Tempo. Pada tahun yang sama lahir lah Koran Tempo.

Penyebaran informasi di bawah PT TIM Tbk, terus berkembang dengan munculnya majalah Tempo Edisi Bahasa Inggris, Travelounge (2009) dan Tempo Interaktif yang kemudia berubah menjadi tempo.co serta Tempo News Room (TNR). Tempo juga mencoba menembus bisnis televise dengan mendirikan Tempo TV yang bekerja sama dengan kantor berita radi KBR68H. Yang menjadi bagian penting juga merupakan kehadiran percatak PT Temprint. Percetakan ini mencetak produk-produk Kelompok Tempo dan produk dari luar.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi perusahaan:

Menjadi acuan dalam proses meningkatkan kebebasan rakyat untuk berpikir dan mengutarakan pendapat serta membangun suatu masyarakat yang menghargai kecerdasan dan perbedaan pendapat.

Misi perusahaan:

- a. Menyumbangkan kepada masyarakat suatu produk multimedia yang menampung dan menyalurkan secara adil suara yang berbeda-beda.
- b. Sebuah produk multimedia yang mandiri, bebas dari tekanan kekuasaan modal dan politik.
- c. Menjadikan tempat kerja yang mencerminkan Indonesia yang beragam sesuai kemajuan jaman.
- d. Sebuah proses kerja yang menghargai kemitraan dari semua sektor.

- e. Menjadi lahan yang subur bagi kegiatan-kegiatan untuk memperkaya khasanah artistik dan intelektual.

2.3 Logo Perusahaan

The image shows the word "TEMPO" in a bold, black, sans-serif font. The letters are thick and closely spaced, with a clean, modern aesthetic.

Gambar 2.1 Logo Tempo yang berwarna hitam
(Sumber: Tempo)

The image shows the word "TEMPO" in a bold, red, sans-serif font. The letters are thick and closely spaced, matching the style of the black version.

Gambar 2.2 Logo Tempo yang berwarna merah
(Sumber: Tempo)

The image shows the word "TEMPO" in a bold, white, sans-serif font, centered within a solid black rectangular background. The letters are thick and closely spaced.

Gambar 2.3 Logo Tempo yang berwarna putih
(Sumber: Tempo)

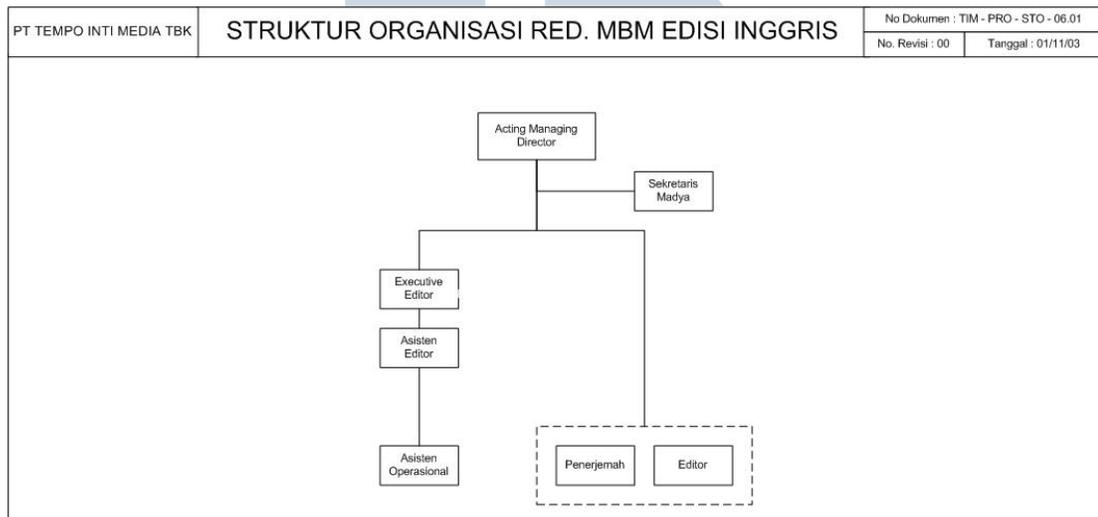
Arti dari logo:

- a. Nama itu singkat dan bersahaja, enak diucapkan oleh lidah Indonesia dari segala jurusan.
- b. Nama ini terdengar netral, tidak mengejutkan ataupun merangsang.
- c. Nama itu bukan simbol suatu golongan.

- d. Arti dari TEMPO: waktu, sebuah pengertian yang dengan segala variasinya lazim dipergunakan oleh banyak penerbitan jurnalistik diseluruh dunia.

2.4 Struktur Organisasi

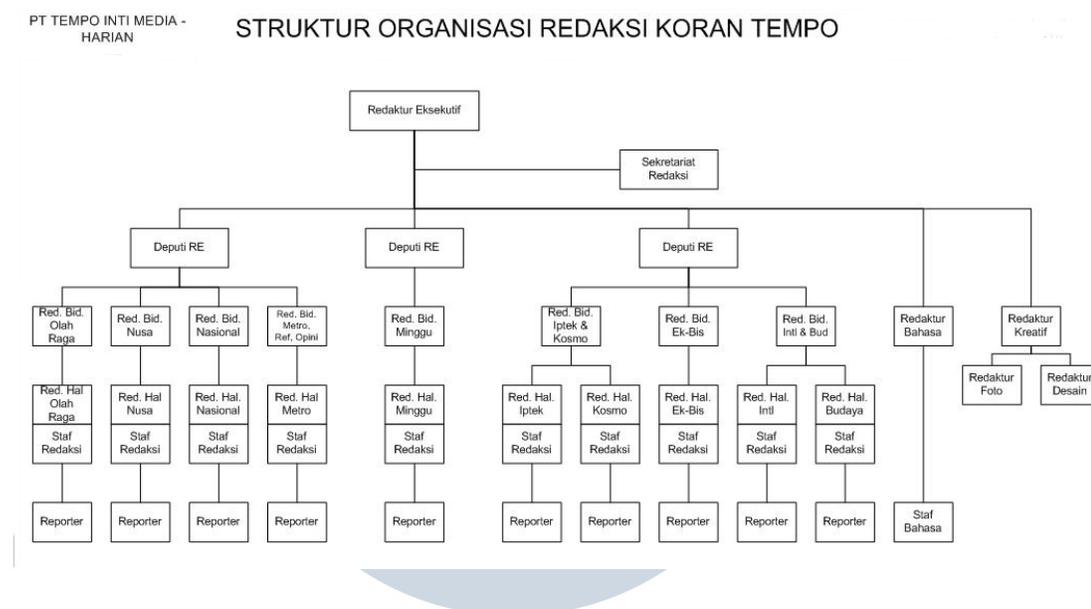
Struktur organisasi Tempo Bahasa Inggris



Gambar 2.4 Struktur organisasi Majalah Tempo edisi bahasa inggris
(Sumber: Tempo)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Struktur Koran Tempo



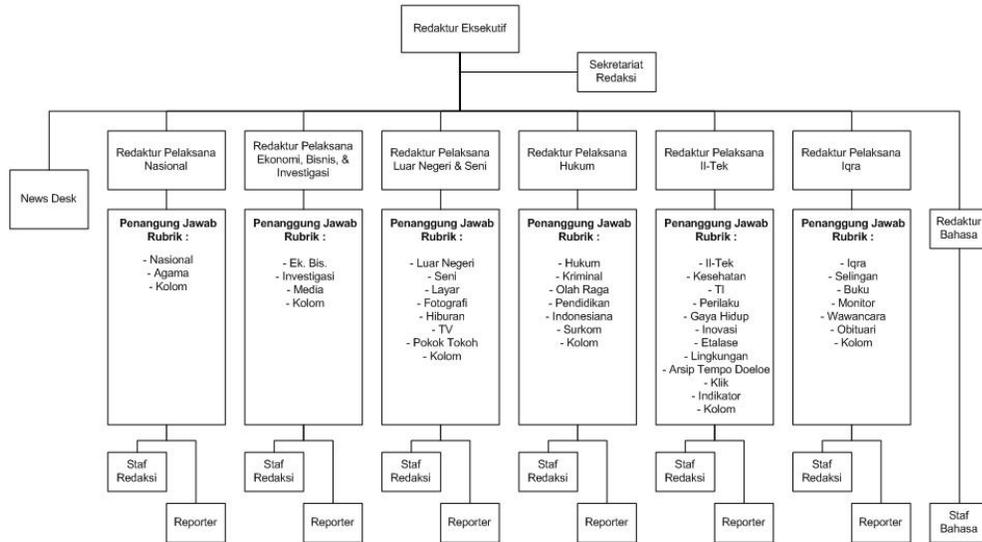
Gambar 2.5 Struktur organisasi redaksi Koran Tempo
(Sumber: Tempo)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Majalah Tempo

PT TEMPO INTI MEDIA TBK

STRUKTUR ORGANISASI REDAKSI MAJALAH



Gambar 2.6 Struktur organisasi redaksi majalah Tempo
(Sumber: Tempo)

