

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>, *Hypeabis.id* adalah platform digital yang diluncurkan pada 7 Mei 2021 oleh PT Jurnalindo Aksara Grafika (JAG) sebagai bagian dari ekosistem media Bisnis Indonesia Group. Platform ini hadir dengan tagline "Cara Asyik Berbagi Inspirasi" dan secara khusus berfokus pada penyajian konten gaya hidup dengan pendekatan yang lebih kekinian untuk menjangkau segmen pembaca yang lebih luas.



Gambar 2.1 Logo *Hypeabis.id*
Sumber: [Bisnisindonesiagroup.com](https://bisnisindonesiagroup.com)

Sebagai anggota dari Bisnis Indonesia Group of Media (BIG Media), *Hypeabis.id* memanfaatkan kredibilitas dan pengalaman jurnalistik yang telah dibangun *Bisnis Indonesia* selama hampir empat dekade. Platform ini menyediakan beragam informasi komunitas dan gaya hidup seperti kuliner, perjalanan, hobi, kesehatan, desain, arsitektur, dan seni yang dikemas dalam format yang mudah dipahami dan relevan dengan kehidupan sehari-hari audiens

Bisnis Indonesia berawal dari penerbitan Harian *Bisnis Indonesia* yang didirikan oleh beberapa kelompok usaha besar, yaitu Sahid Group, Jaya Group, Salim Group, dan Ciputra. Surat kabar ini memfokuskan diri pada penyajian informasi seputar bisnis dan ekonomi, baik dari skala nasional maupun global. Pada 14 Desember 1985, Harian *Bisnis Indonesia* pertama kali terbit dengan

format 12 halaman. Edisi perdana tersebut menampilkan *headline* berjudul "Inggris abaikan kerjasama dengan OPEC Soal Harga".

Perkembangan perusahaan berlanjut pada 13 September 2002, PT Jurnalindo Aksara Grafika (JAG) mulai menjalankan bisnis percetakan di bawah manajemen PT Aksara Grafika Pratama (AGP) yang beroperasi di kawasan Rawa Gelam, Pulogadung, Jakarta Timur.

The logo for Bisnis.com features the word "Bisnis" in a large, black, gothic-style serif font, followed by ".com" in a smaller, orange, sans-serif font. The logo is centered within a light blue circular background that has a faint grid pattern.

Gambar 2.2 Logo Bisnis.com
Sumber: Bisnisindonesiagroup.com

Menyikapi perkembangan teknologi, Bisnis Indonesia Group melakukan adaptasi dengan memasuki era digital. Pada 2006, perusahaan ini meluncurkan *Bisnis.com* sebagai versi daring dari *Harian Bisnis Indonesia*. Portal ini tidak hanya menyajikan berita ekonomi dan bisnis, tetapi juga mencakup informasi politik, gaya hidup, dan isu-isu internasional.

Perluasan jaringan media Bisnis Indonesia Group terus berlanjut. Pada 20 Mei 2008, perusahaan meluncurkan *Harian Jogja* di bawah pengelolaan PT Aksara Dinamika Jogja, dengan mengusung semboyan "Berbudaya Membangun Kemandirian." Media ini secara khusus ditujukan untuk masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta dan wilayah sekitarnya.

The logo for Bisnis Indonesia features the words "Bisnis Indonesia" in a large, blue, gothic-style serif font. Below it, the tagline "NAVIGASI BISNIS TERPERCAYA" is written in a smaller, blue, sans-serif font. The logo is centered within a light blue circular background that has a faint grid pattern.

Gambar 2.3 Logo Bisnis Indonesia
Sumber: Bisnisindonesiagroup.com

Bertepatan dengan perayaan ulang tahun ke-27 pada 14 Desember 2012, Bisnis Indonesia melakukan pembaruan identitas visual dengan logo baru dan semboyan "Navigasi Bisnis Terpercaya." Setahun kemudian, tepatnya pada 2013, perusahaan ini memperluas jangkauan audiens dengan meluncurkan *Bisnis TV*.

Di tengah situasi pandemi, pada 19 Mei 2020, terbentuklah komunitas Bisnis Muda yang menjadi wadah bagi generasi muda untuk mengembangkan pengetahuan di bidang investasi, pengelolaan keuangan, dan kewirausahaan.

Tidak lama kemudian, pada 7 Mei 2021, PT Jurnalindo Aksara Grafika (JAG) meluncurkan platform digital *hypeabis.id* yang berfokus pada konten gaya hidup dengan pendekatan yang lebih kekinian, untuk menjangkau segmen pembaca yang lebih luas melalui sajian berita ringan yang mudah dipahami.

2.1.1 Visi dan Misi

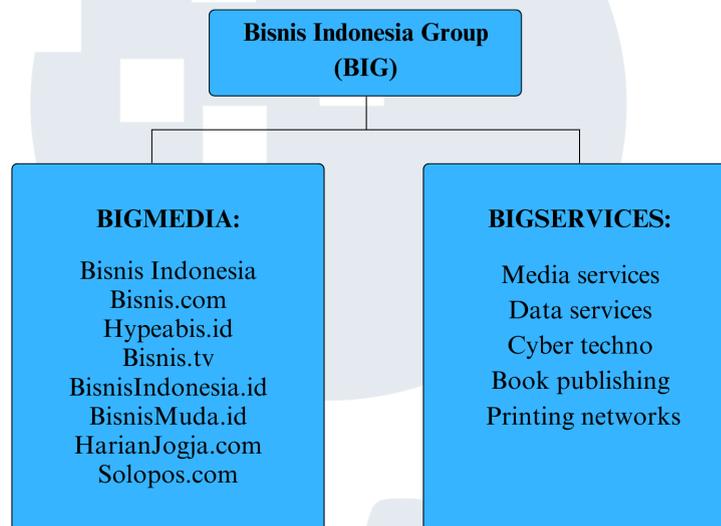
Sebagai perusahaan media yang telah lama beroperasi dan memiliki beberapa anak perusahaan, *Bisnis Indonesia* mengusung visi untuk menjadi perusahaan media informasi atau multimedia yang terpercaya dalam rangka turut mencerdaskan bangsa. Untuk mewujudkan visi tersebut, perusahaan ini menjalankan beberapa misi strategis, diantaranya melakukan diversifikasi usaha di bidang multimedia, memberdayakan sumber daya manusia secara optimal, menjaga dan mempertahankan kredibilitas usaha yang sehat, menghasilkan keuntungan yang wajar, serta memberikan manfaat bagi lingkungan dunia usaha (Profil Bisnis Indonesia, 2025).

Dalam operasionalnya, Bisnis Indonesia mengimplementasikan enam nilai budaya perusahaan yang terangkum dalam akronim "BISNIS":

1. *Balance*. Pada nilai budaya ini, perusahaan menerapkan prinsip keseimbangan pada semua aspek.
2. *Integrity*. Pada nilai budaya berikut ini, perusahaan menerapkan sikap-sikap yang jujur dan bertanggung jawab sesuai dengan etika dan aturan yang berlaku.

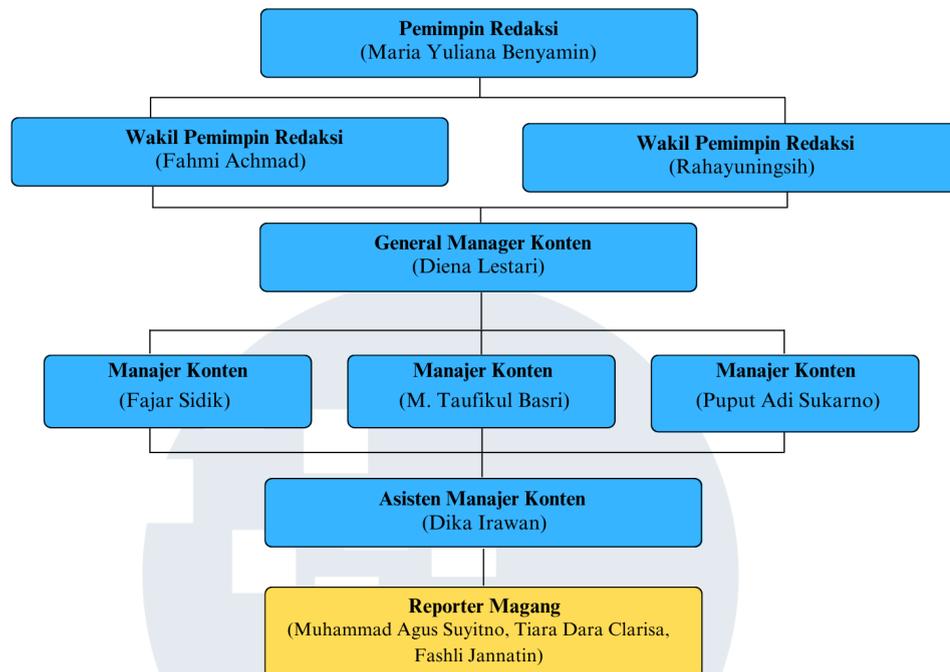
3. *Service excellence*. Budaya ini mengartikan perusahaan memberi solusi dan layanan secara prima pada konsumen.
4. *Networking*, yaitu membangun kemitraan yang produktif.
5. *Innovations*. Inovasi atau ide-ide kreatif merupakan nilai tambah.
6. *Strive for success* yang berarti perusahaan memiliki semangat yang tinggi demi menjadi yang terbaik.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.4 Produk Bisnis Indonesia Group
Sumber: Bisnis Indonesia Group

Dalam struktur redaksi media cetak yang tertera di Gambar 2.4, Bisnis Indonesia Group (BIG) memiliki berbagai produk yang terbagi dalam dua kategori utama: media dan layanan. Pada sektor media, BIG mengelola beberapa platform seperti koran *Bisnis Indonesia*, portal online *Bisnis.com*, *Hypeabis.id*, *Bisnis.tv*, *BisnisIndonesia.id*, *BisnisMuda.id*, *HarianJogja.com*, dan *Solopos.com*. Sedangkan di sektor layanan, BIG menyediakan berbagai jasa seperti *media services*, *data services*, *cyber techno*, *book publishing*, dan *printing networks*. Keragaman produk ini menunjukkan komitmen BIG dalam memperluas cakupan bisnisnya, baik dalam penyediaan konten informasi maupun layanan pendukung industri media (Profil Bisnis Indonesia, 2025).



Gambar 2.5 Susunan Redaksi Hypeabis.id dan Koran Weekly Bisnis Indonesia
Sumber: Bisnis Indonesia Group

Berdasarkan Gambar 2.5, struktur redaksi *Hypeabis.id* dipimpin oleh Maria Yuliana Benyamin sebagai Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab yang bertanggung jawab atas keseluruhan arah editorial dan operasional redaksi. Dalam menjalankan tugasnya, Pemimpin Redaksi didukung oleh dua Wakil Pemimpin Redaksi, yaitu Fahmi Achmad dan Rahayuningsih, yang membantu dalam koordinasi lintas platform dan pengambilan keputusan editorial strategis.

Struktur organisasi redaksi dilanjutkan dengan posisi General Manager Konten yang dijabat oleh Diena Lestari. General Manager Konten bertanggung jawab atas strategi konten keseluruhan dan memastikan kualitas serta konsistensi editorial di seluruh platform *Hypeabis.id*. Di bawah General Manager Konten, terdapat tiga Manajer Konten yang menangani berbagai aspek produksi konten, yaitu Fajar Sidik, M. Taufikul Basari, dan Puput Adi Sukarno.

Pada level operasional, terdapat enam Asisten Manajer Konten yang bersama-sama dengan Manajer Konten bertugas melakukan editing terhadap artikel yang ditulis oleh staf redaksi. Dika Irawan merupakan salah satu dari enam

Asisten Manajer Konten tersebut yang berperan sebagai supervisor langsung bagi penulis selama masa magang. Baik Manajer Konten maupun Asisten Manajer Konten bertanggung jawab dalam proses penyuntingan artikel sebelum dipublikasikan dan memastikan kualitas konten sesuai dengan standar editorial yang berlaku.

Selain itu, terdapat delapan staf redaksi yang bertugas menulis artikel untuk media *Hypeabis.id*. Mulai dari Manajer Konten hingga staf redaksi, semuanya bertanggung jawab terhadap kualitas artikel yang dipublikasikan di platform *Hypeabis.id* dengan fokus pada lima kategori konten utama: *HYPEURBAN* (gaya hidup perkotaan), *HYPEFOOD* (kuliner), *HYPEFIT* (kesehatan dan kebugaran), *HYPETECH* (teknologi lifestyle), dan *HYPRENEUR* (entrepreneurship dan bisnis).

