

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Dilansir dari situs daring (<https://www.bisnisindonesiagroup.com/>), PT Jurnalindo Aksara Grafika (JAG) merupakan sebuah perusahaan penerbitan yang berdiri sejak 11 Juni 1985. Perusahaan ini berfokus pada pemberitaan tentang peristiwa perekonomian yang memengaruhi tatanan Masyarakat Indonesia. Perusahaan JAG juga dikenal luas sebagai penerbit harian Bisnis Indonesia, sebuah surat kabar yang berfokus pada berita bisnis dan ekonomi Indonesia. Perusahaan ini didirikan oleh empat pengusaha Indonesia, yaitu Sukamdani Sahid Gitosardjono (Sahid Group), Ciputra (Ciputra Group), Anthony Salim (Salim Group), dan Eric Samola (veteran media). Setelah sukses dengan penerbit harian Bisnis Indonesia, JAG membentuk satu induk Perusahaan Bernama Bisnis Indonesia Group (BIG). Selanjutnya, BIG mulai kembali membentangkan sayapnya dengan membuat dua produk media, yaitu Bisnis.com dan Bisnis TV. Selain itu terdapat juga beberapa media lainnya, seperti Solopos dan Harian Jogja. Melalui slogannya sebagai “Navigasi Bisnis Terpercaya”, Bisnis Indonesia hadir sebagai salah satu media yang memproduksi berita ekonomi dan bisnis Indonesia.

Sampai saat ini, PT Jurnalindo Aksara Grafika terus beradaptasi terhadap perubahan industry media dan teknologi. Perusahaan tetap berkomitmen menyediakan berita bisnis dan ekonomi yang akurat dan terpercaya. Selain itu, JAG juga terus mengembangkan produk dan layanannya untuk memenuhi kebutuhan berita Masyarakat Indonesia yang semakin adaptif. Melalui inovasi dan disverifikasi, JAG berhasil mempertahankan posisinya sebagai salah satu media terpercaya di Indonesia di berbagai *platform*.

2.2 Visi dan Misi

Dalam menjalankan tugasnya sebagai perusahaan media, Bisnis Indonesia Group memiliki visi dan misi yang selaras dengan produk pemberitaannya. Visi dan misi inilah yang membentuk Bisnis Indonesia Group sebagai perusahaan media yang dipercaya oleh masyarakat. Berikut adalah Visi dan Misi Bisnis Indonesia Group.

1.1.1 Menjadi perusahaan media informasi dan multimedia yang terpercaya dalam rangka mencerdaskan bangsa.

1.1.2 Melakukan diversifikasi multimedia, memberdayakan sumber daya manusia (competence base), menjaga kredibilitas usaha yang sehat (sound business), dan menghasilkan keuntungan wajar serta memberikan manfaat bagi masyarakat.

2.3 Budaya Bisnis Indonesia Group

Demi mencapai kesetaraan baik produk pemberitaan maupun sumber daya manusia. Bisnis Indonesia Group memiliki budaya bisnis yang secara lugas dan wajib diterapkan dalam kehidupan kerja.

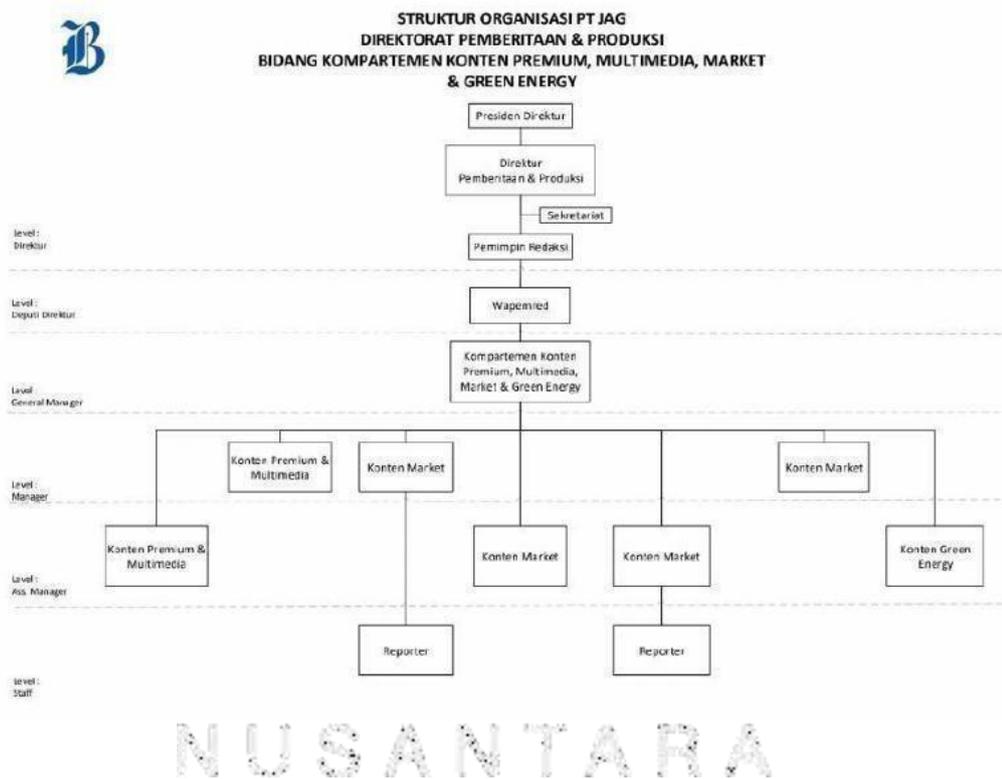


Gambar 2.3 Budaya Bisnis Indonesia Group Sumber: Profil Bisnis Indonesia Group (2022)

Melalui nilai-nilai budaya yang meliputi Bvalue, Integrity, Service Excellence, Networking, Innovation, dan Strive for Success, BIG bertanggung jawab untuk menyediakan wadah berkembang dan berinovasi bagi setiap insan. Oleh karena itu, BIG sebagai perusahaan media selalu menjunjung tinggi layanan terbaik dalam melakukan pemberitaan terkait peristiwa ekonomi dan bisnis Indonesia.

2.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut adalah struktur organisasi Bisnis.com, salah satu anak media dari Bisnis Indonesia Group (BIG).



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Bisnis.com Sumber: Sumber Daya Manusia (SDM) Bisnis Indonesia Group (2025)

Selama melakukan praktik kerja magang di *Bisnis.com*, penulis berada dalam divisi redaksi sebagai reporter kanal Lifestyle dan Ekonomi. Pada divisi ini, dipimpin oleh pemimpin redaksi dan wakil pemimpin redaksi serta dipimpin oleh manager konten sekaligus editor untuk tiap-tiap kanal di *Bisnis.com*. Terdapat sepuluh kanal, yaitu market, finansial, ekonomi, tekno, style, kabar24, hijau, plore, bola, dan indeks. Divisi redaksi juga melakukan berbagai alur kerja media untuk memproduksi sebuah artikel berita kepada khalayak umum. Proses tersebut meliputi penentuan topik, riset, dan melakukan verifikasi melalui reportase. Proses penentuan topik ditentukan oleh lingkup redaksi dan reporter sehingga setiap harinya reporter memilih empat judul artikel yang akan ditulis. Selanjutnya, reporter melakukan riset yang berkolaborasi dengan editor untuk menyesuaikan angle yang akan ditulis. Lalu, reporter melakukan verifikasi sumber berita atau liputa melalui reportase. Selanjutnya, reporter menuliskan naskah artikel berita dan mengirimkannya kepada editor untuk melalui tahap penyuntingan naskah berita. Setelah itu, produk artikel berita tersebut akan segera dipublikasikan melalui kanal daring resmi *Bisnis.com*.

