

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Media Indonesia merupakan perusahaan penerbit surat kabar harian yang didirikan oleh Teuku Yousli Syah dibawah naungan Yayasan Warta Indonesia pada tahun 1970 di Jalan Letnan Jenderal MT Haryono, Jakarta. Media Indonesia sendiri pada awalnya hanya mencetak empat halaman surat kabar yang kemudian berkembang menjadi delapan halaman pada tahun 1976. Pada tahun 1988, Teuku Yousli Syah bekerja sama dengan Surya Paloh untuk mendirikan PT Citra Media Nusa Purnama yang menjadikan Media Indonesia dibawah naungan surat kabar umum terbesar di Indonesia, Media Group (Media Indonesia, 2025).

Pada tahun 1995, Media Indonesia menempati gedung baru di Komplek Delta Kedoya, Jalan Pilar Mas Raya Kav. A-D, Kedoya Selatan, Jakarta Barat. Perpindahan gedung Media Indonesia ini bertepatan dengan ulang tahun perusahaan mereka yang ke-25. Di kantor baru ini, seluruh aktivitas Media Indonesia dari Redaksi, bisnis, iklan, dokumentasi, hingga distribusi terpusat dalam satu lokasi dengan fasilitas penunjang bagi karyawan. Media Indonesia mulai menunjukkan arah baru mereka dibawah naungan PT Citra Media Nusa Purnama dan direksi Surya Paloh dengan slogan mereka yang berupa “Pembawa Suara Rakyat.”

Media Indonesia terus menerus melakukan transformasi agar tetap relevan dengan perkembangan zaman. Seiring pembaruan visi dan misi, motto Media Indonesia berubah menjadi “Lugas, Tegas, dan Terpercaya.” Pada 2005, jabatan Pemimpin Redaksi diduduki oleh Djajat Sudrajat. Kemudian posisi Pemimpin Umum yang awalnya dijabat oleh Surya Paloh jatuh ke tangan Saur Hutabarat dengan Andy F. Noya sebagai wakilnya. Setelah memasuki umur yang ke-40, tepat pada 19 Januari 2010, Media Indonesia merilis buku editorialnya sekaligus memperkenalkan slogan baru mereka “Jujur Bersuara” Kemudian berubah lagi menjadi “Referensi Bangsa” pada tahun 2021.

2.2 Visi Misi Media Indonesia

Media Indonesia memiliki visi dan misi sebagai “Media Referensi bangsa terkemuka dan terpercaya”. Dengan motto yang dimiliki perusahaan tersebut menerminkan suatu komitmen dalam menyediakan informasi yang detail dan akurat. Berikut rincian dari visi dan misi Media Indonesia

VISI

- Membangun sebuah harian independen serta menatap hari esok yang lebih baik: Menjadi media harian yang terkemuka dan terpercaya

MISI

- Menyajikan konten yang inspiratif
- Menjadi solusi bagi pemangku kepentingan dan kebijakan
- Mengoptimalkan sumber daya untuk menciptakan inovasi dan kreativitas



**MEDIA
INDONESIA**

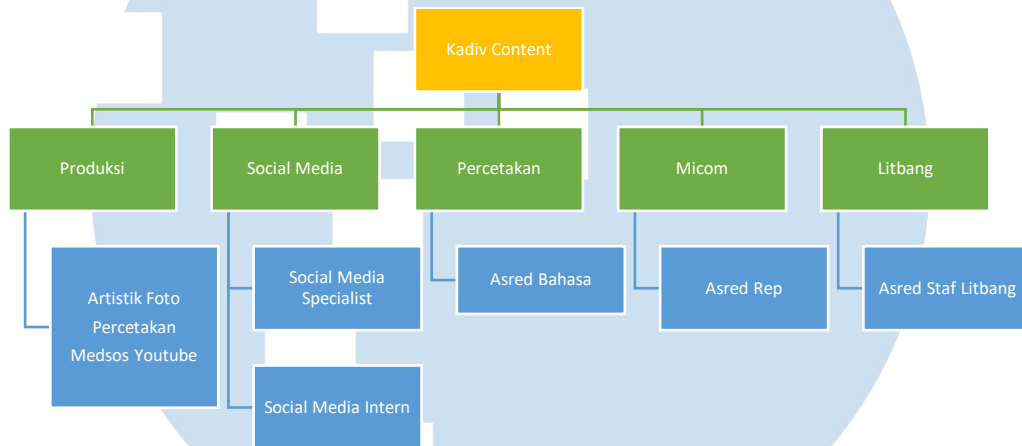
Gambar 2. 1 Logo Media Indonesia

Sumber: mediaindonesia.com (2017)

Kemudian filosofi logo harian Media Indonesia mencerminkan komitmen untuk menyampaikan berita yang berimbang dan informatif. Tipografi yang digunakan dalam logo juga melambangkan integritas dalam liputan Media Indonesia serta menciptakan identitas yang profesional dan terpercaya. Logo Media Indonesia mencerminkan prinsip-prinsip jurnalistik seperti keobjektifan, kejujuran, dan komitmen untuk memberikan informasi yang terpercaya. Menjadi media yang diandalkan dan dapat menjadi referensi bangsa.

2.3 Struktur Media Indonesia

Media Indonesia merupakan salah satu media cetak terbesar di Indonesia yang memiliki cangkup jauh di nusantara. Media Indonesia sendiri sudah terbit dari tahun 1970 dan sudah berdiri selama lebih dari 55 tahun tersebut memiliki struktur organisasi sebagai berikut: (Media Indonesia, 2025)

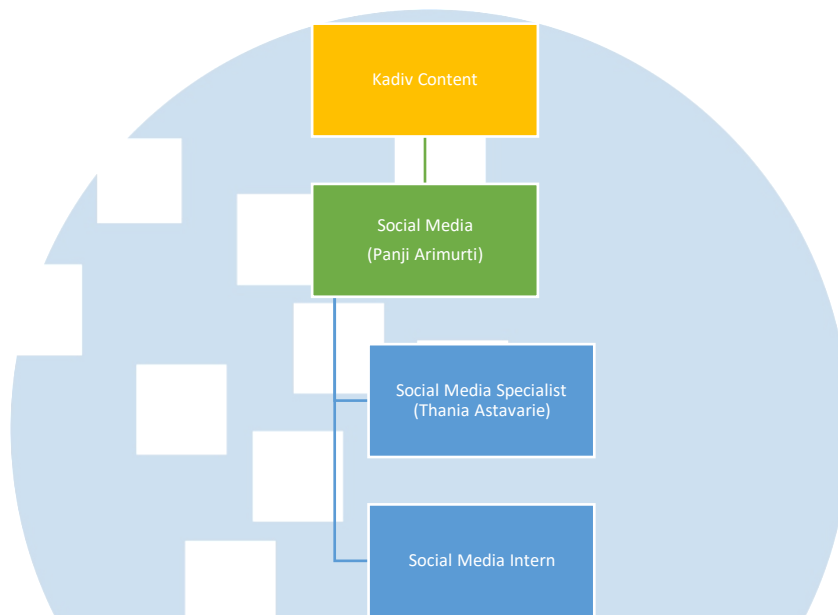


Gambar 2. 2 Struktur Divisi Konten Media Indonesia

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Berdasarkan struktur perusahaan yang ditampilkan dalam gambar, kepemimpinan pembuatan konten Media Indonesia berada dibawah tanggung jawab Kepala Divisi Konten. Setelah yang membawahi terdapat beberapa unit strategis termasuk Produksi, Media Sosial, Percetakan, Micom dan Litbang. Masing-masing memiliki peran dan tanggung jawab dari Divisi yang sesuai dengan bidangnya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2. 3 Struktur Divisi Media Sosial

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Departemen Konten bertanggung jawab terhadap pembuatan materi percetakan dan pengunggahan Media Indonesia dari perencanaan dan strategi sampai dengan tahapan eksekusi dan supervisi. Berikut masing-masing *job description* posisi pada Divisi Konten dan hubungannya dalam proses kerja magang:

A. Social Media

Bertanggung jawab untuk mengelola aktivitas media sosial Media Indonesia untuk meningkatkan *Social Media presence* dan *engagement* audiens. Divisi ini berfungsi sebagai penghubung antara perusahaan dengan audiens melalui interaksi langsung di media sosial, serta memanfaatkan *data analytics* untuk evaluasi performa konten.

B. Produksi

Bertanggung jawab untuk merencanakan dan mengeksekusi pembuatan konten visual untuk diunggah ke YouTube. Divisi ini memegang program seperti Review Editorial, Ordal, Jon Bodo, Dokumentasi, hingga Nunggu Sunset.

C. Percetakan

Menangani seluruh proses produksi materi cetak agar sesuai dengan standar kualitas perusahaan. Divisi ini memproses pencetakan surat kabar harian dan materi cetak lainnya, mulai dari layout hingga distribusi. Selain itu, Divisi ini juga memastikan setiap materi publikasi cetak diproduksi dengan akurasi dan kualitas yang tinggi, serta tepat waktu.

D. Litbang

Mengembangkan inovasi dan strategi untuk menjaga relevansi perusahaan di industri media yang terus berkembang dengan menganalisis tren media serta mengevaluasi kebutuhan audiens. Divisi ini juga memberikan rekomendasi untuk pengembangan konten dan layanan baru. Secara singkat, Divisi ini adalah mesin yang mengeluarkan inovasi untuk menjaga daya saing Media Indonesia.

E. Micom

Mengelola portal berita online Media Indonesia sebagai sumber informasi digital yang cepat dan akurat. Divisi ini bertanggung jawab untuk melakukan liputan berita, penulisan artikel, *editing*, hingga publikasi berita secara *real-time* di situs web dan aplikasi Media Indonesia. Divisi Micom memastikan audiens digital memperoleh informasi yang akurat dan *up-to-date*.

