

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Iklan Penerbitan Java Post di Sin Po

Sumber: Ravando Lie for Jawa Pos (2021)

Jawa Pos didirikan oleh The Chung Shen pada 1 Juli 1949. Ia adalah warga Indonesia kelahiran Bangka yang bekerja di sebuah kantor film di Surabaya. Pekerjaannya adalah mengurus pemasangan iklan film di surat kabar. Karena setiap hari berhubungan dengan media cetak, ia kemudian tertarik untuk membuat surat kabar sendiri (Wulan, 2022). Jawa Pos menjadi salah satu surat kabar tertua di Indonesia. Awalnya, koran ini bernama Java Post, lalu sempat berubah menjadi Djawa Post, hingga akhirnya dikenal sebagai Jawa Pos seperti sekarang. Setelah berhasil mengembangkan Jawa Pos, The Chung Shen juga mendirikan surat kabar lain, yaitu Hwa Chiao Sien Wen berbahasa Mandarin dan de Vrije Pers yang menggunakan bahasa Belanda (Ginjar, 2021).

Pada akhir 1970-an, kondisi keuangan Jawa Pos mengalami penurunan tajam. Pada tahun 1982, oplah hariannya hanya sekitar 6.800 eksemplar. Jumlah pelanggan di Surabaya tersisa sekitar 2.000 orang, sedangkan peredaran di Malang hanya mencapai 350 eksemplar. Saat berusia 80 tahun, The Chung Shen memutuskan untuk menyerahkan pengelolaan Jawa Pos kepada pihak pengelola majalah Tempo pada 1 April 1982. Ia merasa sudah tidak mampu mengelola surat kabar tersebut, tetapi tidak ingin Jawa Pos berhenti terbit (Jufri, 2017). Pengambilalihan dilakukan oleh Eric Samola, Direktur Utama PT Grafiti Pers, penerbit majalah Tempo. Eric kemudian menunjuk Dahlan Iskan, yang sebelumnya

menjabat sebagai kepala biro Tempo di Surabaya, untuk memimpin Jawa Pos. Di bawah kepemimpinan Dahlan Iskan, Jawa Pos yang sebelumnya berada di ambang penutupan dengan oplah sekitar 6.000 eksemplar berhasil berkembang pesat. (Putri, 2022).

Lima tahun kemudian, Jawa Pos membentuk Jawa Pos News Network (JPNN), yang berkembang menjadi salah satu jaringan surat kabar terbesar di Indonesia. Jaringan ini menaungi lebih dari 80 surat kabar, tabloid, dan majalah, serta didukung sekitar 40 jaringan percetakan yang tersebar di berbagai daerah. Pada tahun 1997, Jawa Pos memindahkan kantor pusatnya ke gedung baru bernama Graha Pena di Surabaya. Sejak saat itu, gedung Graha Pena mulai dibangun di hampir seluruh wilayah Indonesia. Di Jakarta, Graha Pena berdiri pada tahun 2002 (Lenggawa, 2021).

Setelah berhasil mengembangkan media cetak di berbagai daerah, Jawa Pos Group mulai merambah ke media televisi. Pada tahun 2002, mereka mendirikan stasiun televisi lokal JTV di Surabaya. Langkah ini kemudian diikuti dengan pendirian sejumlah stasiun televisi daerah lainnya, seperti Batam TV di Batam, Riau TV di Pekanbaru, Fajar TV di Makassar, Palembang TV di Palembang, Pariz van Java TV di Bandung, serta Radar Cirebon Televisi di Cirebon Kota Wali. Pada tahun 2008, Jawa Pos Group kembali memperluas usahanya dengan mendirikan Mahkamah Konstitusi Televisi (MKTV) yang berkantor di Gedung Mahkamah Konstitusi, Jakarta (Christiani, 2015).

Pada tahun 2009, Jawa Pos Group menambah fasilitas data *center* bernama Fangbian Iskan Corporindo (FIC) yang berlokasi di Gedung Graha Pena Surabaya. Saat ini, Jawa Pos juga hadir melalui stasiun penyiaran Jawa Pos TV. Jawa Pos Group menaungi sekitar 161 surat kabar daerah dan nasional, serta belasan tabloid, majalah, dan stasiun televisi lokal (Wijayanti, 2020). Dengan nama perusahaan PT JPG Multimedia, Jawa Pos Group dikenal sebagai pemimpin media koran dan televisi lokal yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia.

JawaPos.com

Gambar 2.2 Logo JawaPos.com
Sumber: JawaPos.com

Pada tahun 2014, Jawa Pos mulai terdaftar sebagai pelaku bisnis digital melalui kehadiran JawaPos.com di bawah naungan PT Jawa Pos Grup Multimedia. Dilansir dari laman JawaPos.com, JawaPos.com menghadirkan beragam konten berita mulai dari nasional, daerah, ekonomi, olahraga, *lifestyle*, hiburan, otomotif, hingga teknologi. Konten berita JawaPos.com dapat diakses *website*, aplikasi mobile, dan media sosial. JawaPos.com terintegrasi dengan ekosistem digital Jawa Pos Group, yang mencakup layanan periklanan, kerja sama pembuatan konten, serta penyelenggaraan berbagai *event*.

2.2 Visi Misi Perusahaan

Jawa Pos memiliki visi dan misi yang menjadi dasar dalam menentukan arah dan menjalankan setiap langkahnya sebagai berikut:

Visi:

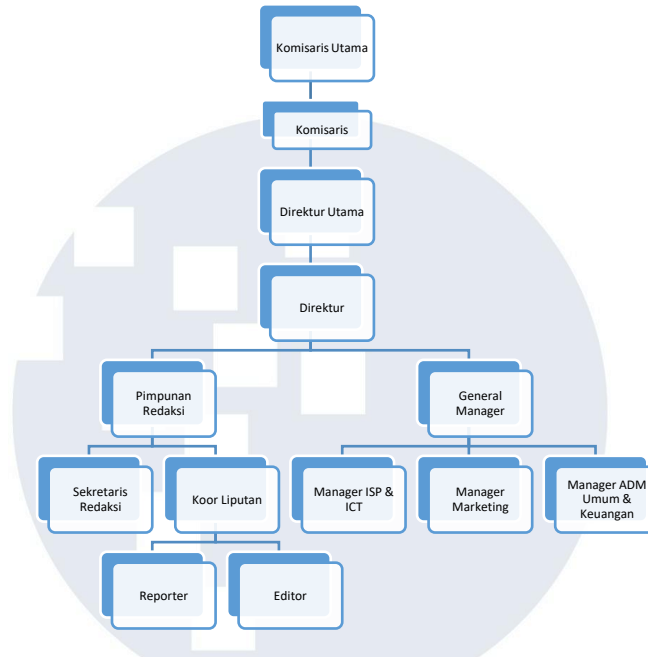
Menjadi perusahaan media cetak maupun *online* dunia yang dihormati, disegani, dan patut dicontoh

Misi:

4. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan memenuhi kebutuhan pelanggan serta memberikan informasi yang relevan dan terkini untuk mencerdaskan publik.
5. Menjadi bagian penting dalam mendukung pembangunan nasional melalui media dengan turut mendorong kemajuan informasi dan komunikasi di Indonesia.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Untuk memahami lebih jauh tentang PT Jawa Pos Grup Multimedia, berikut penulis lampirkan struktur organisasi perusahaan.



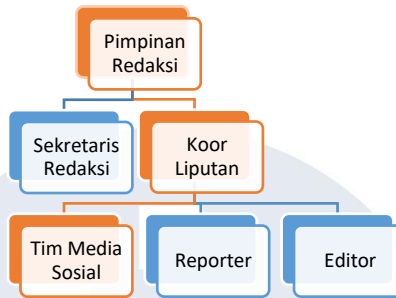
Gambar 2.3 Struktur Organisasi di PT Jawa Pos Group Multimedia

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Pada tingkat tertinggi terdapat pimpinan perusahaan yang bertanggung jawab dalam menetapkan kebijakan, mengambil keputusan strategis, dan melakukan pengawasan terhadap seluruh aktivitas perusahaan. Di bawah pimpinan tersebut, struktur organisasi terbagi ke dalam beberapa divisi, antara lain redaksi, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, serta produksi dan teknologi. Masing-masing divisi dipimpin oleh kepala bagian atau manajer yang memiliki kompetensi sesuai bidangnya. Setiap unit kerja menjalankan peran dan tanggung jawab yang saling berhubungan serta bekerja sama untuk mendukung kelancaran operasional perusahaan.

Hingga saat ini, Tim Media Sosial Jawa Pos belum tercantum secara resmi dalam struktur organisasi karena merupakan unit kerja yang dibentuk paling baru. Meskipun demikian, tim ini memiliki peran penting dalam menghidupkan media sosial Jawa Pos dan berinteraksi dengan masyarakat melalui *platform digital*. Oleh

sebab itu, penulis menyusun gambaran alur kerja Tim Media Sosial Jawa Pos untuk memahami lebih jelas mengenai mekanisme kerja tim tersebut serta koordinasinya dengan bagian lain di Jawa Pos.



Gambar 2.4 Alur Kerja Tim Media Sosial Jawa Pos

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Jawa Pos sendiri memiliki dua struktur kepengurusan utama yang berada di bawah jajaran Komisaris dan Direktur. Kedua struktur tersebut masing-masing membawahi bidang bisnis dan bidang redaksi. Sebagai perusahaan media yang berfokus pada pengolahan informasi menjadi berita, struktur organisasi bisnis berperan dalam memastikan kegiatan penjualan dan pengelolaan usaha berjalan dengan baik serta mendukung keberlanjutan perusahaan. Sementara itu, struktur organisasi redaksi bertanggung jawab atas proses produksi berita, mulai dari pengolahan informasi mentah hingga menjadi konten yang siap dipublikasikan serta telah memenuhi etika jurnalistik dan prinsip kerja perusahaan. Adapun tim media sosial merupakan bagian dari alur kerja redaksi, yang dalam bagan organisasi ditandai dengan warna oranye pada Gambar 2.4.

2.4 Portfolio Perusahaan

Jawa Pos merupakan perusahaan media yang telah beroperasi sejak tahun 1949. Pengalaman panjang tersebut membuat Jawa Pos memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi dari berbagai *brand* untuk menjalin kerja sama. Sebagian besar bentuk kerja sama yang dilakukan berupa publikasi dan promosi kegiatan *brand*, seperti peluncuran produk, pameran, serta pembuatan iklan. Berikut ini beberapa kerja sama yang pernah dilakukan Jawa Pos:

- **Jawa Pos – Honda Pro Tournament 2016**



Gambar 2.5 Jawa Pos – Honda Pro Tournament 2016

Sumber: Honda (2016)

PT Honda Prospect Motor (HPM) menjalin kerja sama dengan Jawa Pos melalui penyelenggaraan Jawa Pos–Honda Pro Tournament 2016. Jawa Pos berperan sebagai mitra media dan penyelenggara turnamen, sementara Honda menjadi sponsor utama. Honda memberikan dukungan berupa hadiah utama satu unit New Honda Brio Satya untuk tim juara, membuat pameran produk, serta menawarkan berbagai program promosi dan undian bagi pengunjung dan konsumen.

- **Kerja Sama Jawa Pos dengan UNICEF (2017)**



Gambar 2.6 Kerja sama Jawa Pos dan UNICEF

Sumber: Imam Husein/Jawa Pos (2017)

Jawa Pos Group (JPG) menjalin kerja sama dengan United Nations Children’s Fund (UNICEF) dengan tujuan mendukung pemenuhan hak serta kesejahteraan anak dan perempuan di Indonesia. Jawa Pos Group berperan sebagai mitra media dan pendukung kampanye sosial yang dilakukan UNICEF. Jawa Pos memanfaatkan jaringan medianya untuk mengangkat isu-isu terkait anak dan perempuan.

- **Kolaborasi dengan SEA Today (2024)**



Gambar 2.7 Kerja sama Jawa Pos dan SEA Today

Sumber: SEA Today (2024)

SEA Today merupakan saluran televisi berita daring berbahasa Inggris, menjalin kerja sama dengan Jawa Pos Multimedia pada 25 Januari 2024. Bentuk kerja sama antara Jawa Pos dan SEA Today berupa distribusi dan komersialisasi program televisi. Sejumlah stasiun televisi di bawah naungan Jawa Pos Multimedia menayangkan program unggulan SEA Today, yaitu SEA Morning Show dan 3-Hour News Show.

- **Kerja sama dengan Toyota Astra Motor (2025)**



Gambar 2.8 Kerja sama Jawa Pos dan SEA

Sumber: Hanung Hambara/ Jawa Pos (2025)

Kerja sama Jawa Pos dengan Toyota Astra Motor berupa kolaborasi media, yang mencakup publikasi serta kerja sama konten atau kegiatan promosi antara PT Toyota Astra Motor dan Jawa Pos Group.

PT Jawa Pos Group Multimedia telah meraih berbagai penghargaan sebagai bentuk pengakuan atas kinerja dan kualitasnya di industri media. Berikut beberapa penghargaan yang pernah diterima:

- 2005: Meraih penghargaan Cakram Newspaper sebagai salah satu media paling bergengsi pada masanya.
- 2009: Menerima Indonesia Best Brand Award
- 2010: Menjadi surat kabar pertama di Indonesia yang memperoleh penghargaan SUPERBRANDS Award.
- 2010: Menerima penghargaan Greatest Brand of The Decade dalam ajang Marketeers Award.
- 2011: Jawa Pos dinobatkan sebagai Newspaper of The Year oleh World Young Reader Prize 2011.
- 2011: Meraih penghargaan Most Favorite Woman Brand, seiring dengan komitmen Jawa Pos menghadirkan rubrik khusus perempuan.
- 2012 dan 2013: Mendapatkan penghargaan Best in Front Page Design dalam ajang Asia Media Awards yang diselenggarakan oleh WAN-IFRA.
- 2014: Menerima penghargaan Best News Photography dalam Asian Media Awards 2014 untuk karya foto oleh Dipta Wahyu, yang diberikan oleh WAN-IFRA.
- 2015: Roy Morgan Research menetapkan Jawa Pos sebagai Newspaper of The Year Indonesia 2014 berdasarkan survei nasional.
- 2016: Meraih penghargaan Best in Sports Photography dalam Asian Media Awards 2016 untuk karya foto oleh Wahyudin yang diselenggarakan oleh WAN-IFRA.

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