

BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Instansi



Gambar 1.1 Logo Tempo.co
Sumber: Tempo.co

Tempo.co adalah media *online* Indonesia yang merupakan bagian unit usaha dari PT Tempo Inti Media Tbk. Untuk mengetahui lebih jauh berdirinya Tempo.co, akan lebih komprehensif bila melihat awalan sejarah PT Tempo Inti Media Tbk. Awalnya, Tempo terkenal akan majalahnya yang bernama Majalah Tempo. Majalah tersebut pertama terbit pada 6 Maret 1971. Sebelumnya, majalah itu bernama Ekspres yang dicetus oleh Goenawan Mohamad, Fikri Djufri, Christianto Wibisono, dan Usmah Ide. Namun, karena adanya perbedaan prinsip antara pengelola redaksi dengan pihak pemilik modal utama, maka Goenawan dan kawan-kawannya keluar dari Ekspres pada tahun 1970 (Tempo Media Group, 2019).

Di sisi lain, Harjoko Trisnadi juga sedang mengalami masalah. Majalah Djaja yang berbau kehumasan pemerintah yang terbit pada 1962 mengalami kemacetan terbit. Kemudian, karyawan Djaja menulis surat mengenai permohonan Djaja untuk dikelola oleh Yayasan Jaya Raya kepada Gubernur DKI Ali Sadikin. Pada saat 1970, Yayasan Jaya Raya sendiri merupakan badan hukum di bawah Pemerintah Daerah DKI Jakarta (Tempo Media Group, 2019).

Kemudian, pada tahun 1971 terbitlah majalah Tempo dengan peran serta dari Harjoko Trisnadi, Fikri Jufri, Lukman Setiawan, dan Bur Rasuanto, dan Goenawan Mohamad. Pemakaian nama Tempo, menurut Goenawan Mohamad, mungkin kata Tempo mudah diucapkan, terutama oleh para pengecer. Serta, jarak terbitnya yang berkala, yaitu mingguan. Selain itu, nama tersebut similar dengan majalah Amerika yang bernama Time. Kemudian, Majalah Tempo memiliki Surat

Izin Terbit tertanggal 31 Desember 1970 tetapi baru terbit perdana pada tanggal 6 Maret 1971 (Tempo Media Group, 2019).

Majalah Tempo terkenal sebagai media yang kuat mengkritik rezim yang tengah berkuasa. Pada tahun 1982, Tempo dibredel untuk pertama kalinya karena mengkritik rezim orde baru dan kendaraan politiknya, Golkar. Serta, memberitakan kerusuhannya yang tengah berlangsungnya Kampanye Golkar di Lapangan Banteng, Jakarta Pusat. Namun, pada akhirnya Tempo diperbolehkan terbit kembali setelah menandatangani perjanjian atas kertas segelnya Harmoko (Tempo Media Group, 2019).

Kemudian, Tempo mengalami pemberedelan lagi untuk kedua kalinya pada tahun 1994. Pemberedelan kedua tersebut hasil dari investigasi Tempo soal pembelian eks kapal perang Jerman Timur. Tempo terlalu dinilai terlalu keras mengkritik Habibie dan Soeharto ihwal pembelian kapal-kapal bekas dan rongsok dari Jerman Timur tersebut sehingga Majalah Tempo dilarang terbit (Tempo Media Group, 2019).

Pada bulan Februari 1974, tiga tahun setelah terbitnya Majalah Tempo, pihak Tempo dan Yayasan Jaya Raya membentuk satu badan penerbit, disebut PT Grafiti Pers. Saham dibagi dua, masing-masing 50 persen. Kemudian, pada 21 Mei 1998, Soeharto tidak lagi menjabat sehingga mereka yang bekerja di majalah Tempo bercerai-berai akibat pemberedelan dan melakukan rembukan pemutusan mengenai perlu atau tidaknya majalah terbit kembali. Alhasil, Majalah Tempo kembali sepakat untuk terbit kembali. Namun, sejak 6 Oktober 1998, hadir kembali di bawah naungan PT Arsa Raya Perdana. Kemudian, pada tahun 2001, PT Arsa Raya Perdana melakukan *go public* dan mengubah namanya menjadi PT Tempo Inti Media, Tbk. (Perseroan) sebagai penerbit Majalah Tempo yang baru (Tempo Media Group, 2019).

Selama Majalah Tempo dilarang terbit, Tempo meluncurkan situs portal berita pertamanya bernama tempointeraktif.com. Selepas rezim orde baru, pada tanggal 12 Oktober 1998, Majalah Tempo diperbolehkan untuk terbit kembali. Tempo mulai meluncurkan produk-produk media lainnya, mulai dari Koran Tempo pada 2001. Kemudian, dalam kurun tahun 2012 hingga 2013, Tempo juga meluncurkan Majalah Tempo digital di aplikasi Apple Store maupun Play Store melalui aplikasi Tempo Media. Kemudian pada 2015, Tempo meluncurkan Tempo

Channel atau sekarang bernama Tempodotco di YouTube (Tempo Media Group, 2019).

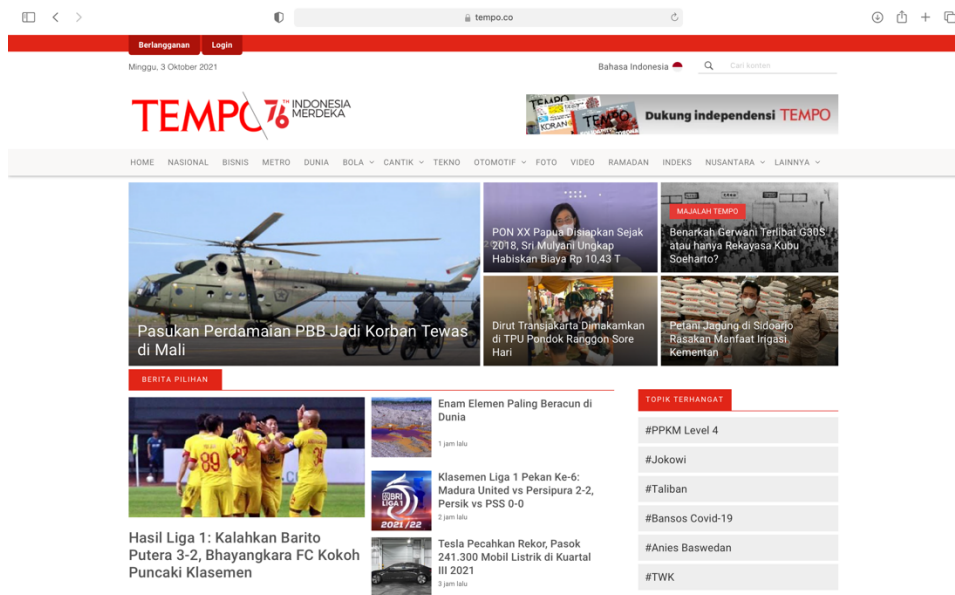
Saat ini, Tempo Grup memproduksi tiga produk unggulan yaitu Majalah Tempo, Koran Tempo, dan media online Tempo.co. Tempo secara total juga terus mengembangkan produk-produk digitalnya, Salah satunya adalah dengan mengembangkan aplikasi yang mengintegrasikan semua platform produk informasi: majalah, koran, dan digital. Bagi konsumen yang berlangganan maka dapat mengakses semua platform seperti Majalah Tempo dan Koran Tempo versi digital ditambah arsip majalah Tempo sejak 1971 dengan satu identitas atau *Single ID* saja (Tempo Media Group, 2019).

Tempo.co adalah anak perusahaan yang lahir saat Majalah Tempo dilarang terbit. Awalnya portal berita daring ini bernama tempointeraktif.com. Pada tahun 2008, Tempo.co mengubah tampilannya, lahir kembali dengan wajah baru, dan kajian berita yang berkualitas. Tempo.co memiliki prinsip yaitu enak dibaca dan perlu, bahkan berlaku bagi jenaka. Tak hanya itu, Tempo.co berupaya menerapkan standar jurnalismenya dalam meliput peristiwa dan menuliskannya secara tapukul, cerdas, dan berimbang (Tempo.co, 2017). Ada sejumlah alasan Tempo untuk mengembangkan transformasinya ke digital dengan tumpuan awal media online Tempo.co. yaitu Tempo ingin cepat beradaptasi dalam seiring perubahan pasar dan ekosistem pada dunia industri media yang cepat. Sebab, industri media salah satu sektor yang mudah terdampak digital disruption sehingga oplah media cetak terus turun bahkan tidak adanya lagi peluang iklan di media cetak. Tempo mengatakan menuju media digital adalah sebuah keniscayaan. Kemudian, kelompok usia produktif penduduk di Indonesia pada tahun 2019 mencapai 183 juta orang dan sekitar 118 juta atau hampir 65 persennya adalah berusia 15-140 tahun. Menurut Tempo, mereka adalah orang yang melek terhadap teknologi informasi, sehingga mereka merupakan pasar yang sangat potensial untuk media digital. Terakhir, Tempo ingin menjadi *clearing house of information* dengan menghadirkan informasi yang dapat dipercaya di tengah sebaran hoaks (Tempo Media Group, 2019).

Tempo.co memiliki beberapa kanal, seperti Nasional dan Hukum, Bisnis, Metro, Internasional, Gaya Hidup, Sains, Sport, Otomotif, dan lain-lain. Setiap kanal memiliki redaktornya masing-masing. Setiap isu sudah dikelompokkan sesuai dengan kanalnya. Kanal Nasional membahas mengenai pemerintahan,

hukum, politik, kriminal, Pendidikan, dan peristiwa yang terjadi di Indonesia. Kanal Ekonomi dan Bisnis membahas mengenai ekonomi, keuangan, perbankan, investasi, saham di Indonesia dan Dunia. Kanal Metro membahas kabar terkini Metropolitan Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi mengenai pemerintahan, hukum, pendidikan, dan masalah sosial. Kanal Dunia membahas dunia internasional terkini mengenai berita politik, hukum, pemerintahan, kasus kejahatan, perang yang terjadi di seluruh dunia. Kanal Bola membahas informasi terbaru mengenai liga sepak bola dunia dan Indonesia. Kanal Sport membahas olahraga terbaru Indonesia dan Dunia yang menyajikan berita MotoGP, F1, bulu tangkis, basket, SEA Games, ASIAN Games dan Olimpiade. Kanal Cantik membahas seputar dunia wanita, tips kecantikan, info kesehatan, makeup, fashion, belanja dan kuliner.

Kemudian, kanal Tekno menyajikan mengenai perkembangan mengenai *gadget*, teknologi, *game*, aplikasi, dan Ilmu Pengetahuan di Dunia. Kanal Otomotif menyajikan informasi seputar mobil baru, motor baru, tips modifikasi dan teknologi kendaraan masa kini. Kanal Foto sebuah kumpulan foto peristiwa-peristiwa Indonesia dan dunia yang diabadikan oleh fotografer Tempo. Kanal Video sebuah kumpulan video berita yang diabadikan oleh Wartawan Tempo. Kanal Kolom mengenai opini, pendapat dari para tokoh, pengamat, wartawan, para akar dan narasumber lain. Kanal fokus mengenai tulisan panjang atau mendalam tentang lika-liku mengenai politik, nasional, keuangan, hukum, kriminal, liputan khusus Indonesia dan dunia. Kanal Seleb menyajikan seputar kabar seleb, gosip terbaru, film, musik, dan gaya hidup artis di Indonesia dan dunia. Kanal Travel menyajikan informasi mengenai referensi tujuan wisata, promo liburan, dan kuliner Indonesia dan dunia. Kanal Difabel menyajikan berita seputar akses, rehabilitas, dan inklusivitas bagi difabel.



Gambar 1.2 Halaman Awal Tempo.co
 Sumber: Tempo.co

Selanjutnya, Kanal grafis menyajikan informasi yang dikemas dengan bentuk infografis. Kanal Data menyajikan informasi yang dikemas dengan bentuk diagram hingga peta. Kanal Creative Lab menyajikan berita mengenai peluang kreativitas dan inovasi. Kanal Cek Fakta menyajikan hasil analisa cek fakta yang dilakukan oleh Tim Cek Fakta Tempo. Kanal Event menyajikan seputar acara yang ada di Indonesia dan Dunia. Kanal Interaktif menyajikan sebuah berita dengan tulisan panjang atau mendalam berupa informasi yang dikemas interaktif dan menarik. Kanal Podcast adalah hasil rekaman audio yang dapat didengarkan oleh khalayak dan membahas lebih dalam dan lengkap tentang peristiwa yang sedang trending dan menarik.

Tempo.co tidak hanya dapat diakses melalui komputer pribadi. Namun, dapat diakses melalui ponsel dan tablet. Kemudian, Tempo.co juga hadir di beberapa sosial media, seperti Facebook bernama Tempo Media, Twitter dengan nama akun @tempodotco, Instagram dengan nama akun @tempodotco, dan YouTube dengan nama akun Tempodotco (Tempo.co, 2017).

2.1.1 Visi dan Misi

Berikut Visi dan Misi Tempo sebagai berikut (Tempo Media Group, 2019) :

Visi:

Menjadi acuan dalam usaha meningkatkan kebebasan publik untuk berpikir dan berpendapat serta membangun peradaban yang menghargai kecerdasan dan perbedaan.

Misi:

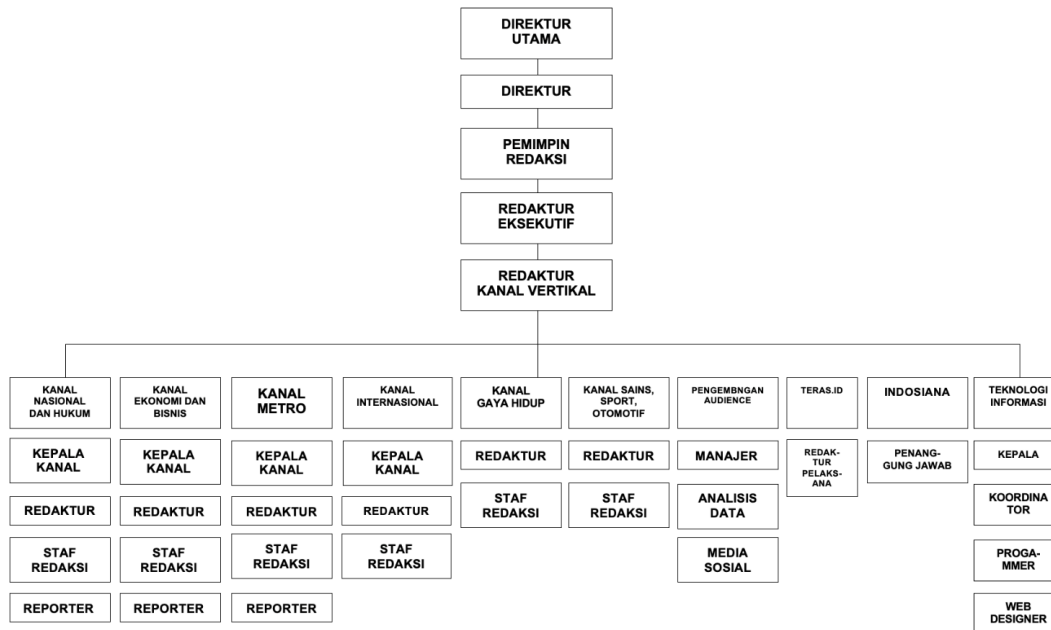
- a. Menghasilkan produk multimedia yang independen dan bebas dari segala tekanan dengan menampung dan menyalurkan secara adil suara yang berbeda-beda.
- b. Menghasilkan produk multimedia bermutu tinggi dan berpegang pada kode etik.
- c. Menjadi tempat kerja yang sehat dan menyejahterakan serta mencerminkan keragaman Indonesia.
- d. Memiliki proses kerja yang menghargai dan memberi nilai tambah kepada semua pemangku kepentingan. Kelima, menjadi lahan kegiatan yang ● memperkaya khazanah artistik, intelektual, dan dunia bisnis melalui peningkatan ide-ide baru, bahasa, dan tampilan visual yang baik.
- e. Menjadi pemimpin pasar dalam bisnis multimedia dan pendukungnya.

2.1.2 Prestasi atau Penghargaan

1. Tahun 2011 : Tempo.co mendapatkan penghargaan Silver Award “The Best Mobile Media 2011” dari Asia Digital Media Award 2011 (Tempo.co, 2017).
2. Tahun 2016 : Pada 17 Juni 2016, Tempo.co mendapatkan meraih juara dunia dalam kompetisi hackathon media yang diselenggarakan oleh Asosiasi Global Editors Network di Wina, Austria. (Tempo.co, 2017).
3. Tahun 2019 : Koran Tempo meraih penghargaan dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dalam acara Puncak Bulan Bahasa dan Sastra 2019 sebagai Media Berdedikasi. Penghargaan tersebut merupakan bentuk apresiasi kepada media yang menjaga penggunaan Bahasa Indonesia dengan Benar atau tergolong di atas rata-rata (Tempo Media Group, 2019).
4. Tahun 2020 : Karya bertajuk Hanya Api Semata Api yang diterbitkan Majalah Tempo pada edisi 23 September 2019 meraih penghargaan dari Anugerah Jurnalistik Adinegoro 2019 dalam kategori *indepth reporting* media cetak. (Tempo Media Group, 2019).

5. Tahun 2021: Majalah Tempo mendapatkan penghargaan sebagai media berpengaruh dari MAW Talk 2021 (Putri S. , 2021).

2.2 Struktur Organisasi



Gambar 1.3 Struktur Organisasi Tempo.co
Sumber: Tempo.co

2.2.1 Struktur Organisasi Tempo.co Kanal Ekonomi dan Bisnis

Selama praktikan menjalankan kerja profesi, praktikan ditugaskan sebagai reporter juga selama kerja profesi, praktikan dibimbing atau dibawah naungan oleh redaktur bernama Kodrat Setiawan. Alasan redaktur menempatkan praktikan pada kanal ekonomi dan bisnis karena redaktur melihat praktikan memiliki kemampuan penulisan tentang ekonomi dan bisnis. Di antaranya redaktur melihat karya-karya jurnalistik saya yang sebelumnya dapat ditulis atau dituangkan kembali dengan sisi ekonomi dan bisnis dan redaktur melihat saya selalu *update* terkait perkembangan ekonomi dan bisnis.



Gambar 1.4 Struktur Organisasi Kanal Bisnis Tempo.co
Sumber: Tempo.co

Berikut merupakan tugas dari setiap posisi yang ada dalam kanal Bisnis:

- a. Pemimpin Redaksi bertanggung jawab menjamin kualitas, akurasi dan kecepatan produk jurnalistik kompetitif di industri media online. Menyusun dan menjamin implementasi strategi operasional produk Tempo.co yang efektif dan efisien sebagai pemain utama media *online*. Menyusun rencana pengembangan berbagai platform digital yang mendorong peningkatan bisnis digital perusahaan. Memastikan peluang kerja sama peliputan terbuka dan membuka potensi keuntungan perusahaan. Menjamin tercapainya target produktivitas Tempo.co sesuai dengan target yang ditetapkan Direksi. Memastikan pengembangan teknologi mendukung Tempo.co sebagai pemain utama media *online*. Memastikan pertumbuhan aktivitas *Audience Development* dan Medialab atau inisiatif digital lain berkontribusi positif bagi bisnis digital Tempo.co (Ismanto, 2021).
- b. Redaktur Eksekutif bertanggung jawab melakukan perencanaan produksi seluruh produk *news* maupun *non-news* Tempo.co. Memastikan jumlah produksi berita Tempo.co sesuai target produktivitas, efisien, dan manajemen pemberitaan sesuai strategi yang telah ditetapkan

- perusahaan. Menjamin proses produksi yang kontinu dan terus-menerus melakukan inovasi baik pada produk maupun proses kerja. Meningkatkan *digital engagement* di setiap kompartemen untuk meningkatkan keterbacaan Tempo.co. Memastikan implementasi kriteria atau pedoman layak muat berita Tempo pada seluruh produk Tempo.co (Ismanto, 2021).
- c. Koordinator Kanal Vertikal menyesuaikan pekerjaan Pemimpin Redaksi dan Redaktur Eksekutif Tempo.co (Ismanto, 2021).
 - d. Kepala Kanal Ekonomi dan Bisnis bertanggung jawab memantau pergerakan *pageviews* atau keterbacaan berita oleh publik dan mendorong pemberitaan agar bisa mencapai target baik PV maupun *users*. Berkoordinasi dengan koordinator liputan kanal lain di Tempo.co, Koran Tempo, dan Majalah Tempo. Menilai kinerja reporter dan redaktur. Mengusulkan bentuk-bentuk kerja sama Tempo.co dengan sejumlah institusi agar dapat mendongkrak keterbacaan Kanal Bisnis. Menulis tajuk untuk Koran Tempo dan Editorial untuk Tempo.co. Mempresentasikan ke rapat kerja soal rencana kerja Tim Kanal Bisnis di tahun berikutnya. Mengusulkan bentuk liputan apa saja dengan diskusi internal dengan reporter dan redaktur serta kemungkinan kolaborasi dengan siapa saja dan menyiapkan rencana biaya liputan tersebut (Widyastuti, 2021).
 - e. Redaktur dan Staf Redaksi yaitu mengusulkan fokus isu apa saja untuk tulisan keesokan harinya dan melakukan *follow up* berita-berita yang potensial trending. Menyiapkan berita-berita lanjutan dari isu yang ramai dengan bentuk *listicle*, *eksplanary*, dan *roundup*. Menyiapkan penugasan untuk liputan tiap reporter agar hasilnya berbentuk tulisan *Straight News*, *Feature*, *Reportase Lapangan*, *Long Form*, *Interaktif*, dan seterusnya. Mengatur *plotting* atau merencanakan reporter di lapangan, jika ada *Breaking News*, menggeser reporter bila diperlukan. Berkoordinasi dengan redaktur kanal lain di Tempo.co dan redaktur Koran Tempo hingga Majalah Tempo jika ada isu yang dikerjakan secara bersama. Mengedit laporan yang masuk dari reporter. Mengkompilasi berita yang masuk daftar lima trending berita di pagi, siang dan petang. Menyiapkan berita untuk jadi headline di situs Tempo.co, khusus di kanal Bisnis. Memantau *news trending* di situs lain, baik domestik maupun luar negeri seperti Detikfinance, CNBC, Kumparan, Liputan 6, CNN, Reuters, dan Bloomberg.

Memantau *News Trending* di Kanal Bisnis Tempo.co dan terus melakukan *follow up* berita yang sedang ramai dengan mengembangkan ke *angle* baru, serta menambahkan penugasan ke reporter untuk pengejaran bahannya. Mengusulkan bahan tulisan panjang untuk ditulis dalam kanal Fokus. Bersedia siap ke lapangan jika memang diperlukan untuk wawancara dan reportase. Mengusulkan narasumber untuk membahas ekonomi dan bisnis yang akan dihadirkan dalam IG Live Tempo.co (Widyastuti, 2021).

- f. Reporter yaitu mengusulkan rencana liputan dalam bentuk *Straight News*, *Feature*, *Long Form* khusus Kanal Interaktif, dan lain-lain. Melakukan liputan baik secara virtual atau ke lapangan dengan wawancara, mengumpulkan data, reportase, foto dan video. Melaporkan *Breaking News* segera mungkin. Mulis Reportase dan *Straight News* untuk Tempo.co. Menyiapkan, mengusulkan, dan menulis tulisan panjang dan melengkapi dengan data jika dibutuhkan lebih dalam untuk Koran Tempo ataupun Majalah Tempo, melengkapinya dengan wawancara dan data tambahan. Menjadi pembicara atau *host* di acara IG Live dengan narasumber ekonomi dan bisnis (Widyastuti, 2021).

2.3 Kegiatan Umum Instansi

PT Tempo Inti Media Tbk adalah salah satu perusahaan media tertua di Indonesia yang bergerak dalam bidang memproduksi dan menerbitkan surat kabar. PT Tempo Inti Media Tbk mempunyai dua segmen dalam bisnisnya, yaitu penerbitan dan percetakan. Produk pertama Tempo adalah majalah berita mingguan. Tak hanya majalah, perusahaan tersebut juga menerbitkan kabar berita harian yaitu Koran Tempo. Tempo juga mempunyai media *online* Tempo.co dengan disajikan bahasa Indonesia dan Tempo English untuk berbahasa Inggris. Sehingga, setiap harinya Tempo melakukan produksi berita untuk diterbitkan di media online, koran, dan majalah. Berita tersebut disajikan berupa *Straight News*, *Investigasi*, *Feature*, *Indepth*, dan lain-lain (Tempo Media Group, 2019).

Meski sekarang Majalah Tempo berusia setengah abad, masih menjadi flagship PT Tempo Inti Media Tbk. Majalah Tempo mengandalkan liputan-liputan yang investigatif edisi-edisi khusus yang mendalam tentang sejarah, tokoh Indonesia, serta berbagai tema sosial-budaya. Tempo juga memiliki Rubrik

Investigasi yang menelisik berbagai skandal dan kejahatan seperti korupsi, lingkungan hidup, energi, dan perdagangan manusia. Memasuki era Total Transformasi Digital saat ini, Majalah Tempo dapat diakses melalui aplikasi Tempo di telepon genggam, tablet, dan *website*. Sehingga pembaca dapat lebih cepat membaca dan mendapatkan informasi terlebih dahulu dibandingkan edisi cetak yang terbit setiap hari Senin setiap minggunya. Selain itu, Pembaca bahkan bisa lebih cepat membaca majalah Tempo edisi terbaru dalam format digital dibandingkan edisi cetak yang terbit setiap hari Senin. Tak hanya itu, pelanggan aplikasi Tempo juga bisa mengakses Koran Tempo digital dan Tempo.co. Menurut Pemimpin Redaksi Majalah Tempo, Wahyu Dhyatmika, misi utama pada 2020 adalah peningkatan jumlah pelanggan digital di aplikasi hingga 100.000 pengguna pada akhir tahun. Hal ini merupakan upaya Tempo untuk tetap eksis di era disrupsi digital yang telah menumbangkan banyak media cetak atau media konvensional (Tempo Media Group, 2019).

Begitu juga Koran Tempo yang akan berupaya menyesuaikan diri di era digital ini sehingga dapat memenuhi kebutuhan pembaca melalui penerbitan edisi digital. Koran Tempo akan memperkaya konten-konten multimedianya agar dapat memanfaatkan platform digital secara optimal dengan membentuk video, infografik, dan videografik. Koran Tempo juga dapat diakses hanya melalui satu aplikasi saja. Aplikasi Tempo mempermudah pembaca untuk mengakses Tempo.co, Majalah Tempo, dan Koran Tempo hanya dalam satu aplikasi (Tempo Media Group, 2019).

Kemudian, Tempo terus juga mengembangkan konten Koran Tempo cetak dengan halaman-halaman tak lagi dipenuhi dengan teks, melainkan diperkaya dengan produk visual seperti infografik, ilustrasi, dan kadang-kadang komik. Selain itu, dalam rangka menyelaraskan dengan Total Transformasi Digital yang digaungkan, maka platform aplikasi Koran Tempo di perangkat produksi Apple (IOS) akan semakin dimaksimalkan untuk penguatan *single brand*. Bersamaan dengan upaya ini, strategi peningkatan jumlah *visitor* di laman koran.tempo.co pun akan dijalankan (Tempo Media Group, 2019). Tempo juga memproduksi berita setiap hari dengan mengandalkan kecepatan di situs *media online* bernama Tempo.co. Sehingga para pembaca dapat mendapatkan informasi secara cepat dan gratis tanpa harus menunggu dan berlangganan edisi Majalah atau Koran.

