

BAB II

PROFIL MEDIA

A. MEDIA INDONESIA *ONLINE*

1. Sejarah Berdirinya Media Indonesia

Media Indonesia pertama kali diterbitkan pada tanggal *19 January 1970*. Sebagai surat kabar umum pada masa itu, Media Indonesia baru bisa terbit 4 halaman dengan tiras yang amat terbatas. Berkantor di Jl. MT. Haryono, Jakarta, disitulah sejarah panjang *Media Indonesia* berawal. Lembaga yang menerbitkan Media Indonesia adalah Yayasan Warta Indonesia. Tahun 1976, surat kabar ini kemudian berkembang menjadi 8 halaman. Sementara itu perkembangan regulasi di bidang pers dan penerbitan terjadi. Salah satunya adalah perubahan SIT (Surat Izin Terbit) menjadi SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers). Karena perubahan ini penerbitan dihadapkan pada realitas bahwa pers tidak semata menanggung beban idealnya tapi juga harus tumbuh sebagai badan usaha.

Dengan kesadaran untuk terus maju, pada tahun 1988 Teuku Yousli Syah selaku pendiri Media Indonesia bergandeng tangan dengan Surya Paloh, mantan pimpinan surat kabar Prioritas. Dengan kerjasama ini, dua kekuatan bersatu : kekuatan pengalaman bergandeng dengan kekuatan modal dan semangat. Maka pada tahun tersebut lahirlah

Media Indonesia dengan manajemen baru dibawah PT. Citra Media Nusa Purnama.

Surya Paloh sebagai Direktur Utama sedangkan Teuku Yousli Syah sebagai Pemimpin Umum, dan Pemimpin Perusahaan dipegang oleh Lestary Luhur. Sementara itu, markas usaha dan redaksi dipindahkan ke Jl. Gondandia Lama No. 46 Jakarta.

Awal tahun 1995, bertepatan dengan usianya ke 25 Media Indonesia menempati kantor barunya di Komplek Delta Kedoya, Jl. Pilar Mas Raya Kav.A-D, Kedoya Selatan, Jakarta Barat. Di gedung baru ini semua kegiatan di bawah satu atap, Redaksi, Usaha, Percetakan, Pusat Dokumentasi Perpustakaan, Iklan, Sirkulasi dan Distribusi serta fasilitas penunjang karyawan. Sejarah panjang serta motto "Pembawa Suara Rakyat" yang dimiliki oleh Media Indonesia bukan menjadi motto kosong dan sia-sia, tetapi menjadi spirit pegangan sampai kapan pun.

Sejak Media Indonesia ditangani oleh tim manajemen baru di bawah payung PT Citra Media Nusa Purnama, banyak pertanyaan tentang apa yang menjadi visi harian ini dalam industri pers nasional. Terjun pertama kali dalam industri pers tahun 1986 dengan menerbitkan harian Prioritas. Namun Prioritas memang kurang bernasib baik, karena belum cukup lama menjadi koran alternatif bangsa, SIUPP-nya dibatalkan Departemen Penerangan. Antara Prioritas dengan Media

Indonesia memang ada “benang merah”, yaitu dalam karakter kebangsaannya.

Surya Paloh sebagai penerbit Harian Umum Media Indonesia, tetap gigih berjuang mempertahankan kebebasan pers. Wujud kegigihan ini ditunjukkan dengan mengajukan kasus penutupan Harian Prioritas ke pengadilan, bahkan menuntut Menteri Penerangan untuk mencabut Peraturan Menteri No.01/84 yang dirasakan membelenggu kebebasan pers di tanah air.

Perjuangan Surya Paloh untuk mempertahankan harian Prioritas bukan tanpa hambatan. Tanggal 29 Juni 1987, harian ini mendapatkan SIUPP yang memaksakan untuk menerbitkan 75% berita ekonomi dan 25% berita umum. Hal tersebut merupakan cara pemerintah saat itu untuk mengantisipasi agar berita-berita mengenai korupsi tidak ditampilkan (Hill, 1995 : 93).

Tahun 1997, Djafar H. Assegaff yang baru menyelesaikan tugasnya sebagai Duta Besar di Vietnam dan sebagai wartawan yang pernah memimpin beberapa harian dan majalah, serta menjabat sebagai Wakil Pemimpin Umum LKBN Antara, oleh Surya Paloh dipercayai untuk memimpin harian Media Indonesia sebagai Pemimpin Redaksi. Saat ini Djafar H. Assegaff dipercaya sebagai *Corporate Advisor*. Para pimpinan Media Indonesia saat ini adalah : Direktur Utama dijabat oleh Rahni Lowhur Schad, Direktur Pemberitaan dijabat oleh Saur Hutabarat

dan dibidang usaha dipimpin oleh Alexander Stefanus selaku Direktur Pengembangan Bisnis.

Percetakan Media Indonesia sendiri telah mencetak media-media lain seperti tabloid GO yakni merupakan tabloid olahraga, Dang Dut (tabloid musik), dan Lampung Post, yaitu satu-satunya surat kabar harian di Propinsi Lampung. Surya Paloh juga pernah mendirikan Vista TV, namun stasiun televisi tersebut akhirnya mengalami kegagalan karena terdapat campur tangan dari pemerintah. Tetapi, kegagalan tersebut tidak menghentikan langkah Surya Paloh untuk bangkit dan memajukan usahanya di insutri pers yang telah lama dirintisnya.

Karakter kebangsaan yang melekat pada jiwa Surya Paloh turut memberikan pengaruh yang cukup besar pada kebijakan redaksional dalam setiap pemberitaan di Media Indonesia. Hal tersebut dikarenakan latar belakang Surya Paloh yang memang telah lama memiliki semangat besar nasionalisme, yakni kiprahnya di FKPP (Forum Komunikasi Putra-Putri Purnawirawan ABRI) (www.mediaindonesia.com).

2. Visi dan Misi

Adapun visi dan misi dari perusahaan media Indonesia adalah sebagai berikut:

a. Visi

Visi Media Indonesia adalah menjadi surat kabar independen yang inovatif, terpercaya, dan paling berpengaruh

b. Misi

Misi Media Indonesia yakni, sebagai berikut :

- 1) Menyajikan informasi terpercaya secara internasional dan regional serta berpengaruh dalam pengambilan keputusan.
- 2) Mempertajam isi yang relevan untuk pengembangan padar.
- 3) Membangun sumber daya manusia (SDM) dan manajemen yang profesional dan unggul. Mampu mengembangkan perusahaan penerbitan yang sehat dan menguntungkan.

3. Struktur Organisasi dan Alamat Perusahaan

Struktur organisasi Media Indonesia yaitu sebagai berikut:

Pendiri	: Drs. H. Teuku Yousli Syah, MSi (Alm).
Direktur Utama	: Rahni Lowhur Schad
Direktur Pemberitaan	: Saur Hutabarat
Dewan Redaksi Media Grup:	Elman Saragih (Ketua)
	Anna Wijaya
	Rahni Lowhur Schad
	Djafar Husin Assegaff
	Saur Hutabarat
	Andy F Noya
	Djadjat Sudradjat
	Toeti Adhitama
	Lestari Moerdijat

Bambang Eka Wijaya
Sugeng Suparwoto

Redaktur Senior : Saur Hutabarat
Lauraen Tato
Elman Saragih

Kepala Devisi Pemberitaan : Usman Kansong
Deputi Kadiv Pemberitaan : Kleden Suban
Kepala Divisi Artistik, Foto dan Produksi : Sinartus Sosrodjojo
Kadiv Content Enrichment : Gaudensis Suhandi
Ass Kepala Divisi Pemberitaan : Abdul Kohar
Yohannes S. Widada
Ade Alawi
Ono Sarwono
Haryo Prasetyo
Rosmeny Christina S

Sekretarsi Redaksi : Teguh Nirwahyudi
Ass. Kadiv Foto : Hariyanto
Ass. Kadiv MICOM : Tjahyo Utomo
Victor JP Nababan

Redaktur : Agus Wahyu Kristia
Cri Canon Riadewi
Eko Suprihatno
Eko Rahmawanto
Fitriana Siregar

Gantyo Koespradono
Hapsoro Poetro
Hendri Salomo
Ida Farida
Jaka Budisantosa
Lintang Rowe
Mathias S Brahmna
M. Anwar Surachman
Sadyo Kristriarto
Soelistijono
Redaktur MICOM : Agustriwibowo
Asnawi Khaddaf
Patna Budi Utami
Widhoroso
Redaktur Foto : Agus Mulyawan
Ass. Kepala Litbang : Heru Prasetyo
Asisten Kepala Divisi MICOM (usaha) : Rusdanie
Koord. Operator MI.COM : Abdul Salam
Operator MI.COM : Charles Silaban
Muhammad Syaifullah
Panji Ari Murti
Wijokongko
Ricky Julian

Alfani Taufik

Surono Abadi

Web Programmer : Abraham
Usaha Direktur Pengembangan Bisnis : Alexander Stefanus
Asisten Kepala Divisi Iklan : Gustaf Bernhard Rotinsulu
Asisten Kepala Divisi Marketing Support
dan Publishing : Andreas Sujiyono
(Sumber : www.mediaindonesia.com)

Alamat perusahaan Media Indoensia adalah sebagai berikut

Alamat Redaksi/Tata Usaha/Iklan/Sirkulasi :

Kompleks Delta Kedoya

Jalan Pilar Raya Kav. A-D, Kedoya Selatan, Kebon Jeruk, Jakarta Barat-
11520

Telepon : (021) 5812088 (Hunting)

Fax : (021) 5812102, 5812105 (Redaksi)

E-mail : redaksi@mediaindonesia.co.id

Alamat Perwakilan Iklan :

Jalan Gondangdia Lama No. 46

Telepon : (021) 3107903, 3107524

Nomor Rekening Bank a.n PT. Citra Media Nusa Purnama

Bank Mandiri- Cab. Taman Kebon Jeruk : 117-009-500-9098

BCA- Cab. Sudirman : 035-306-5014

Customer Service :

Telepon : 62-21-5821303

Fax : 62-21-5820476

E-mail Customer Services :

cust-mi@mediaindonesia.co.id

Layanan SMS : 0812 112 8899

4. Media Indonesia Online

Media Indonesia *online* berdiri pada agustus 1997 pada saat booming portal berita di dalam negeri. Namun pada saat itu Media Indonesia hanya menyajikan berita-erita yang tampil pada harian umum Media Indonesia. Dalam perjalanan waktu surat kabar asing dan kantor berita asing meminta redaksi Media Indonesia untuk mengembangkan situs *online*. Permintaan ini ditanggapi serius dan mulailah media Indonesia online menampilkan berita-berita '*Breaking news*'.

Pada tahun 2004, Tim redaksi Media Indonesia mulai serius membangun isi pemberitaan Media Indonesia *online*. Sejumlah rubrik dibuat dan diperkaya. Seluruh reporter Media Indonesia dan responden yang tersebar di tanah air mulai memberikan kontribusi untuk Media Indonesia *online*. Jadilah Media Indonesia sebagai situs portal berita yang paling lengkap dengan berbagai isu-isu aktual yang berkembang di dunia.

Saat ini tim Media Indonesia *online* masih berusaha keras dalam menjadikan situs berita yang berkualitas dan bisa memenuhi kebutuhan serta harapan masyarakat untuk mendapat informasi dan memberikan peluang bagi masyarakat untuk berinteraksi. Ini semata-mata karena Media Indonesia *online* ingin dekat dengan masyarakat pembaca. Media Indonesia *online* memiliki berbagai macam layanan seperti yang ada dalam tabel di bawah ini.

Tabel 2.1 Layanan pada Media Indonesia *Online*

Nama Layanan	Isi Layanan
Media Aktual	Berisi berita-berita actual tiga minggu ke belakang
Media Cetak	Berisi berita pada media cetaknya
Media Cetak (PDF)	Berisi berita media cetak versi (PDF)
Forum Editorial	Berisi tulisan tentang bedah Editoria MI
Media Rubrik	Polkam, Ekonomi, Olahraga, Hukum-kriminal, Nusantara, Jabotabek, Sains Teknologi, Hiburan, Internasional, Pariwisata, Sepak Bola, Humaniora
Media Kami	Profil Perusahaan, Profil Pembaca dan Agen Berita
Media Anda	Tanggapan pembaca atas berita yang ada di MI <i>online</i>
Media Data	Berita-berita yang ada di MI <i>online</i>
Media Foto	Foto-foto yang ada di MI cetak maupun MI <i>online</i>
Media Boga	Resep-resep makanan sehat, pola hidup sehat
Media Sastra	Resensi, Cerpen, Cerbung
Media Tokoh	Sosok Tokoh, Siapa Mereka Tingkah Polah
Konsultasi	Konsultasi Keluarga, Metafisikia, Dokter
Media hari ini	Jadwal Bioskop, Jadwal Shalat, Kiat Sukses, Perkiraan cuaca, Ramalan Bintang, Acara TV, Garnaster taror
Media Acara	Acara Presiden/Wakil Presiden, DPR, Seni Budaya, Olah Raga
Media Umum	Bantuan polisi, Rumah Sakit, Transfusi Darah, Kedubes, Perwakilan RI, Apotik Jaringan, Info Wisata, Jadwal Kereta Api,

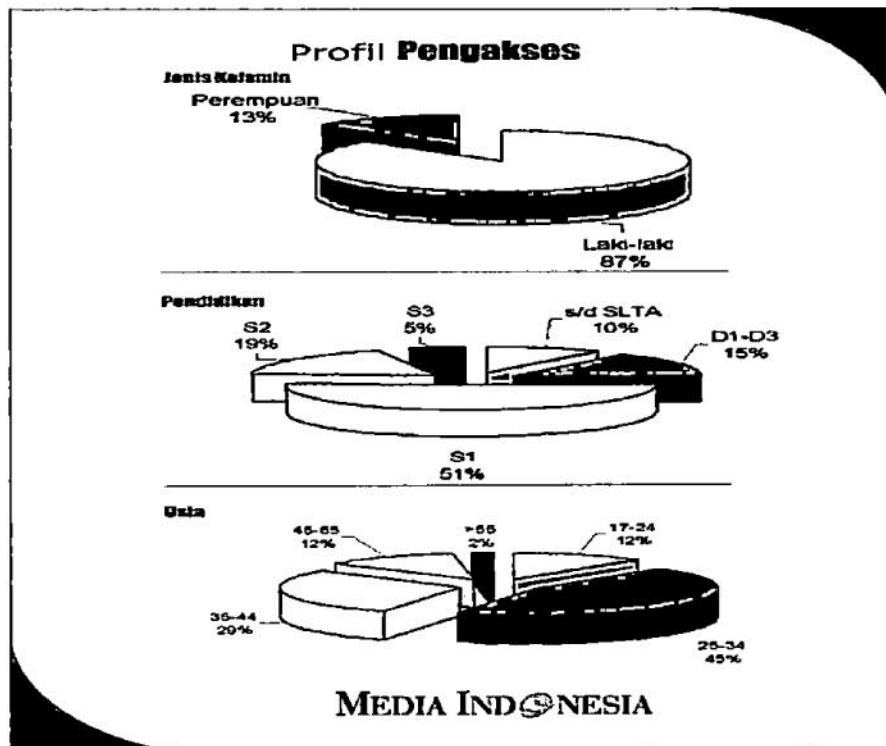
	Jadwal Penerbangan, Harga Mobil Baru
Media Servis	GPRS News, RSS News
Media Banner	Halaman Utama, Halaman Cetak, Berita Aktual, Berita Cetak
Subscribel	Login, Pendaftaran, Perpanjangan dan Konfirmasi
Foto Unik	Foto Unik, Lucu MI <i>online</i> dan Cetak

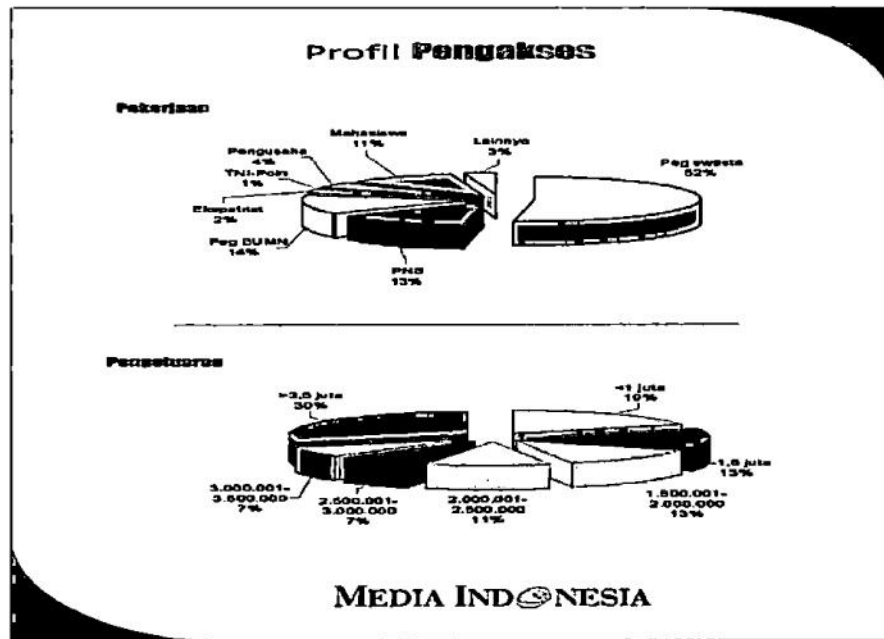
Sumber: Media Indonesia *Online* (www.mediaindonesia.com)

Dengan adanya layanan-layanan tersebut diharapkan dapat membantu kebutuhan khalayak pembaca Media Indonesia *online* akan memperoleh informasi maupun hiburan. Dengan begitu terjadi komunikasi yang lebih dalam antara Media Indonesia *online* dengan khalayak pembacanya.

5. Profil Pembaca

Profil pembaca untuk media Indonesia digolongkan berdasarkan jenis kelamin, pendidikan, usia, pekerjaan dan pengeluaran. Profil tersebut dapat dilihat dalam bentuk persentase pada gambar di bawah ini:





Sumber: (http://www.mediaindonesia.com/read/2009/02/23/23987/11/11/Profile_Pembaca, akses 7 Januari 2010))

B. REPUBLIKA ONLINE

1. Sejarah dan Ideologi Republika

Republika adalah koran nasional yang dilahirkan oleh kalangan komunitas Muslim bagi publik di Indonesia. Penerbitan tersebut merupakan puncak dari upaya panjang kalangan umat, khususnya para wartawan profesional muda yang telah menempuh berbagai langkah. Kehadiran Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia yang dapat

menembus pembatasan ketat pemerintah untuk izin penerbitan saat itu memungkinkan upaya-upaya tersebut berbuah.

Republika terbit perdana pada 4 Januari 1993. ICMI hadir dari bentukan Soeharto, dan pada waktu itu dipimpin oleh koleganya yang bernama B.J. Habibie. ICMI yang beraliran Islam moderat kemudian mendirikan Bank Islam Indonesia serta membentuk Surat Kabar Republika sebagai wadah untuk menyuarakan aspirasinya (Fuller Collins, 2004:32).

Di awal terbitnya surat kabar ini, masyarakat memberikan sambutan hangat, khususnya umat muslim atas terbitnya Republika di bawah Yayasan Abdi Bangsa. Di awal penerbitannya, harian ini menggunakan tampilan "Desain Blok" yang pada saat itu belum umum digunakan oleh industri media massa, sehingga Republika mampu menyabet gelar juara pertama Lomba Perwajahan Media Cetak 1993. Perjuangan Republika untuk menjadi surat kabar yang dapat menjadi ruang bagi masyarakat khususnya umat muslim, bukanlah tanpa menemui hambatan. Sebagian umat Islam yang tergabung dalam DDII pada tanggal 17 April 1995 melakukan aksi demonstrasi di depan kantor Republika, karena harian ini dianggap telah memuat tulisan yang tidak menggambarkan ciri kepribadian umat Islam, tetapi justru menyerang umat Islam.

Koran ini terbit di bawah bendera perusahaan PT Abdi Bangsa. Setelah BJ Habibie tak lagi menjadi presiden dan seiring dengan

surutnya kiprah politik ICMI selaku pemegang saham mayoritas PT Abdi Bangsa, pada akhir 2000, mayoritas saham koran ini dimiliki oleh kelompok Mahaka Media.

PT Abdi Bangsa selanjutnya menjadi holding company, dan Republika berada di bawah bendera PT Republika Media Mandiri, salah satu anak perusahaan PT Abdi Bangsa. Di bawah bendera Mahaka Media, kelompok ini juga menerbitkan majalah Golf Digest, koran berbahasa mandarin Harian Indonesia, majalah Parents, majalah a+, radio Jak FM, dan JakTV. Mahaka Media juga melakukan kolaborasi dengan kelompok radio Prambors, terutama radio Female dan Delta.

Walaupun sistem kepemilikan yang berganti, Republika tidak mengalami perubahan visi maupun misi. Namun harus diakui, terdapat perbedaan gaya dibandingkan dengan sebelumnya. Sentuhan bisnis dan independensi Republika menjadi lebih kuat. Karena itu, secara bisnis, koran ini terus berkembang. Republika menjadi makin profesional dan matang sebagai koran nasional untuk komunitas muslim.

Agus Sudibyo (2006) dalam bukunya yang berjudul Politik Media dan Pertarungan wacana juga memberikan pemahaman yang jelas bahwa Republika adalah surat kabar yang berafiliasi pada kelompok Islam. Penerbitan Republika menjadi berkah bagi umat. Sebelum masa itu, aspirasi umat tidak mendapat tempat dalam wacana nasional. Kehadiran media ini bukan hanya memberi saluran bagi aspirasi tersebut, namun juga menumbuhkan pluralisme informasi di

masyarakat. Karena itu kalangan umat antusias memberi dukungan, antara lain dengan membeli saham sebanyak satu lembar saham per orang. PT Abdi Bangsa Tbk sebagai penerbit Republika pun menjadi perusahaan media pertama yang menjadi perusahaan publik. Slogan dari Republika adalah Terbit, Bertahan, dan Maju dengan Kreatifitas Mengelola usaha penerbitan koran bukan perkara sederhana.

Selain sarat dengan modal dan sarat SDM, bisnis inipun sarat teknologi. Keberhasilan Republika menapaki usia 10 tahun merupakan buah upaya keras manajemen dan seluruh awak pekerja di PT Abdi Bangsa Tbk yang dilakukan oleh perusahaan yang menerbitkan Koran ini sejak 1993 untuk mengelola segala kerumitan itu. Selain dituntut piawai berhitung, pengelola koran juga harus jeli, cerdas, dan kreatif bersiasat untuk tetap bertahan dan memenangkan persaingan. Sejak awal, Republika memang dekat dengan “sesuatu yang baru”. Tatkala lahir, Republika menggebrak dengan tampilan “Desain Blok” yang tak lazim. Republika pun mampu menyabet gelar juara pertama Lomba Perwajahan Media Cetak 1993.

Tahun 1995, Republika membuka situs web di internet. Republika menjadi yang pertama mengoperasikan Sistem Cetak Jarak Jauh (SCJJ) pada tahun 1997. Pendekatan juga dilakukan kepada komunitas pembaca lokal. Republika menjadi salah satu Koran pertama yang menerbitkan halaman khusus daerah. Selalu dekat dengan publik pembaca adalah komitmen Republika untuk maju. Mulai tahun 2004,

Republika dikelola oleh PT Republika Media Mandiri (RMM). Sementara PT Abdi Bangsa naik menjadi perusahaan induk (*Holding Company*). Di bawah PT RMM, Republika terus melakukan inovasi penyajian untuk kepuasan pelanggan.

Dimulai pada tahun 2004, Republika dikelola oleh PT. Republika Media Mandiri (RMM). Sementara itu, PT. Abdi Bangsa naik menjadi perusahaan induk (*Holding Company*). Di bawah PT. RMM, Republika terus melakukan inovasi penyajian untuk kepuasan pelanggan. Hal tersebut terbukti dengan perubahan kolom yang kembali dilakukan Republika pada 2 Januari 2006, yang merubah ukuran halamannya menjadi lebih sedikit lagi, yakni tujuh kolom setelah semua surat kabar beralih menjadi delapan kolom.

Terobosan demi terobosan dilakukan Republika satu per satu, dan hal tersebut kembali dijalankan oleh surat kabar ini, yakni pada bulan September 2006, Republika memberikan bonus kepada para pembacanya dengan membagikan Majalah Arena. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelayanan pelanggan dalam segi kualitas dan kuantitas. Segala kreativitas dicurahkan untuk sedapat mungkin membuat Republika selalu dekat dan melayani keinginan publik. Memang, upaya itu jelas tak mudah, namun Republika menikmatinya selama ini. Republika memiliki visi dan misi dalam mengembangkan dan mempertahankan usahanya di bidang industri media massa (sumber: www.republika.co.id).

2. Visi dan Misi

Adapun visi dan misi perusahaan republik adalah sebagai berikut:

a. Visi

Menjadikan Harian Umum Republik sebagai koran umat yang terpercaya dan mengedepankan nilai-nilai universal yang sejuk, toleran, damai, cerdas, dan profesional, namun mempunyai prinsip dalam keterlibatannya menjaga persatuan Bangsa dan kepentingan umat Islam yang berdasarkan pemahaman Rahmatan Lil Alamin yaitu Rahmat bagi semua makhluk di dunia.

b. Misi

Menciptakan dan menghidupkan sistem manajemen yang efisien dan efektif, serta mampu dipertanggungjawabkan secara professional dan mempertahankan usahanya di bidang industri media massa (sumber: www.republika.co.id).

3. Struktur Organisasi dan Alamat Perusahaan

Adapun struktur organisasi dari perusahaan Republik sebagai salah satu media yaitu sebagai berikut:

Dewan Komisaris

Komisaris Utama	: Adi Sasono
Komisaris	: R. Harry Zulnardy
Komisaris	: Karni Ilyas

Komisaris : Malik Sjafei Saleh
Dewan Direksi
Direktur Utama : Erick Thohir
Wakil Direktur Utama : Daniel Wawengkang
Direktur : Tommy Tamtomo
Direktur : Nuki Surachmad
Direktur : Rachmat Yuliwinoto

Alamat perusahaan republika yaitu sebagai berikut:

Republika Online

GRAHA PULO

Jl. Warung Buncit Raya No 89 Jakarta Selatan 12510

Telp. 021-7994249

Fax . 021-7984376

Saran dan kritik, kirim ke email webmaster@rol.republika.co.id

News, sekred@rol.republika.co.id

Citizen Journalisme, netizen@rol.republika.co.id

Marketing, marketing@rol.republika.co.id

Iklan, iklan@rol.republika.co.id

KORAN REPUBLIKA

HU.REPUBLIKA

Jl. Warung Buncit Raya No.37

JAKARTA SELATAN 12510

Telp.021-7803747

Fax.021-7800649

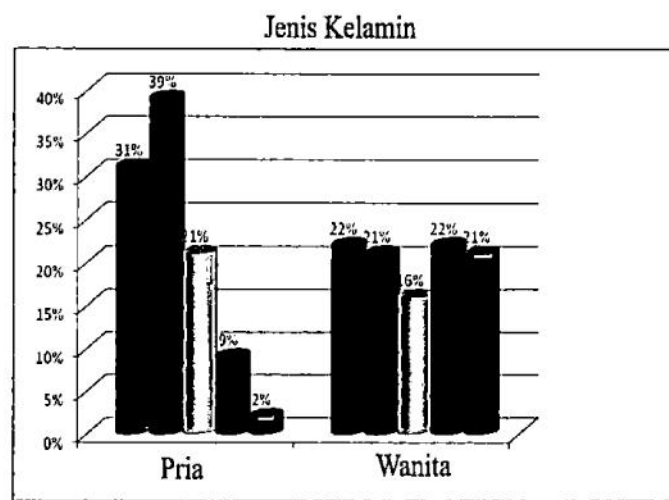
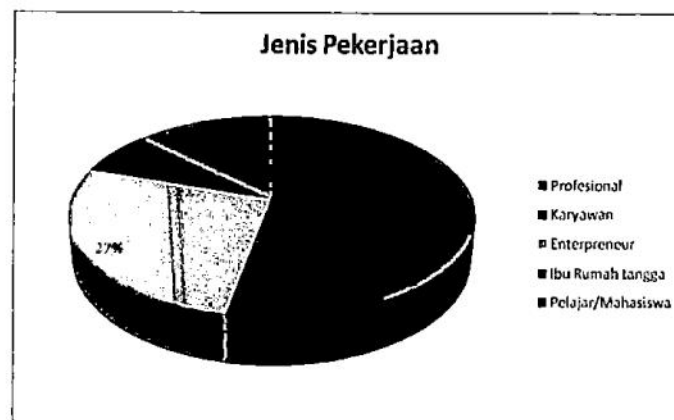
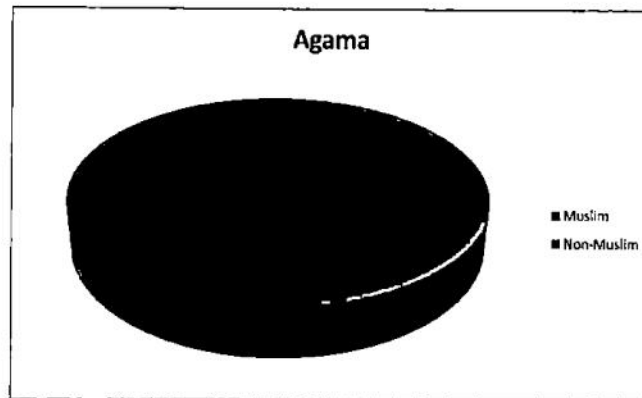
4. *Republika Online*

Terobosan demi terobosan dilakukan Republika satu per satu, dan hal tersebut kembali dijalankan oleh surat kabar ini. yakni pada bulan September 2006 Republika meluncurkan salah satu media interaktif yaitu media *online* Republika. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelayanan pelanggan dalam segi kualitas dan kuantitas.

Dalam tampilan berita pada Republika *online* terdapat berbagai tampilan yaitu home, sakinah, kesehatan, olahraga, nasional, pendidikan, olahraga, tren teknologi dan senggang. Republika *online* hadir untuk memenuhi kebutuhan pembaca yang menginginkan pemberitaan yang cepat saji dan terpercaya.

5. Profil Pembaca

Profesi pembaca dari Republika *online* adalah berdasarkan karakteristik pekerjaan, jenis kelamin, agama. Adapun deskripsi persentasenya dapat dilihat pada gambar-gambar di bawah ini:



(Sumber : www.republika.co.id, diakses tanggal 7 januari 2010)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa pengakses media *Republika online* berdasarkan jenis kelamin tidak ada perbedaan secara

mencolok antara pria dan wanita mempunyai rata-rata jumlah yang sama dalam mengakses berita. Untuk jenis agama mayoritas pengakses berita merupakan agama muslim dengan 90%. Berdasarkan jenis pekerjaan pengakses yang terbanyak yaitu bidang professional sebanyak 42%.