

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Deskripsi Isu Sanksi Pidana Bagi Pelaku Nikah Siri (Polemik tentang RUU HMPA) berdasarkan Pemberitaan Koran Tempo dan TempoInteraktif

Perhatian Koran Tempo terhadap isu penyusunan RUU HMPA ini terlihat dari tanggal penayangan berita yang runtut saat isu ini menjadi *hot news* di kalangan masyarakat dan media dari tanggal 15 Februari–18 April 2010. Di bawah ini merupakan kronologis tentang peristiwa penyusunan RUU HMPA dari tahun 1989 sampai tahun 2010.

Tanggal 28 Januari 1989 Majalah Tempo mengangkat berita tentang pembahasan RUU Peradilan Agama dengan judul “Paket di Tahun Ular” (Thaha, dkk, 1989. Diakses tanggal 18 Mei 2010 dari <http://majalah.tempointeraktif.com/id/arsip/1989/01/28/AG/mbm.19890128.G24470.id.html>):

Pada tahun ular ini melayanglah sebuah paket gembira ke alamat umat Islam di Indonesia. Setelah seabad lebih menunggu, sabtu pekan ini paket berupa Rancangan Undang-Undang Peradilan Agama (RUU-PA) itu mulai dibahas DPR RI di Senayan, Jakarta. Hal ini diungkap oleh Ketua Dewan, M.Kharis Suhud, ketika ia membuka masa sidang ke-3, awal Januari silam.

Pada pembahasan tahun 1989, RUU-PA yang disusun oleh pemerintah dan diajukan ke DPR berisi 198 pasal, terdiri tujuh bab. Dalam RUU-PA tersebut terdapat susunan pengadilan, kekuasaan pengadilan agama, dan bab acara Pengadilan Agama. RUU-PA tersebut dibuat untuk merombak semua peraturan Peradilan Agama produk kolonial Belanda tahun 1882 yang memilah-milah Peradilan Agama di Indonesia menjadi Pengadilan Agama (PA) Jawa-Madura,

Kerapatan Qadli di Kalimantan Selatan, dan Mahkamah Syar'iyah untuk luar Jawa-Madura. RUU-PA ini bermaksud pula mewujudkan peradilan cepat: “sederhana, dan biayanya ringan” (Thaha, dkk, 1989. Diakses tanggal 18 Mei 2010 dari <http://majalah.tempointeraktif.com/id/arsip/1989/01/28/AG/mbm.19890128.G24470.id.html>). Rentang waktu antara tahun 1989 sampai tahun 2008 dari hasil penelusuran penulis, artikel dan peristiwa tentang pembahasan RUU-PA tidak ditemukan. Pada tahun 1989 pembahasan RUU-PA pun terhenti di DPR.

Tahun 2009, Presiden Susilo Bambang Yudhoyono menyetujui pembahasaan Rancangan Undang-Undang Perkawinan Peradilan Agama tentang perkawinan yang disusun pemerintah melalui Kementerian Agama. Rancangan Undang-Undang Peradilan Agama ini mengatur beberapa hal yang belum diatur dalam Undang-Undang Nomor 1 tahun 1974. RUU Peradilan Agama tentang Perkawinan diharapkan selesai pada tahun 2010.

Rancangan Undang-Undang Peradilan Agama tentang perkawinan yang disusun tahun 2009 berbeda dengan Rancangan Undang-Undang Peradilan Agama yang disusun pada tahun 1989. Rancangan Undang-Undang Peradilan Agama tentang perkawinan yang disusun tahun 2009 mengatur antara lain hukum perkawinan bawah tangan/siri, perkawinan kontrak, dan hukum waris untuk ahli waris perempuan. Berkaitan dengan perkawinan bawah tangan, RUU ini melarang bagi siapa pun yang menikahkan atau menikah tanpa dicatatkan akan dikenai sanksi pidana tiga bulan penjara dan denda lima juta rupiah .

Selain itu, setiap penghulu yang menikahkan seseorang yang bermasalah, misalnya masih terikat dalam perkawinan sebelumnya, akan dikenai sanksi pidana satu tahun penjara. Pegawai Kantor Urusan Agama yang menikahkan mempelai tanpa syarat lengkap juga diancam denda enam juta rupiah dan satu tahun penjara (Susanti, 2009: A7).

Setelah draft RUU tentang Hukum Materiil Peradilan Agama Bidang Perkawinan yang masuk dalam daftar Program Legalisasi Nasional (Prolegnas) tahun 2010 muncul pada di publik bulan Februari 2010, lalu timbul pro dan kontra. Pro dan kontra terhadap RUU HMPA yang salah satu isinya menyangkut pemberian sanksi terhadap pelaku nikah siri, mutah, perkawinan kedua, ketiga, dan keempat, serta perceraian yang tanpa dilakukan di muka pengadilan, berzinah, dan menolak bertanggungjawab serta menikahkan atau menjadi wali nikah padahal sebetulnya tidak berhak.

Ancaman hukuman yang diberikan kepada pelaku nikah siri bervariasi, mulai dari 6 bulan hingga 3 tahun penjara dan denda mulai dari 6 juta hingga 12 juta. Bagi kelompok yang kontra pemberian sanksi hukuman menimbulkan polemik.

Kelompok yang tidak setuju mengenai pemberian sanksi, berpendapat bahwa ini merupakan bentuk intervensi Negara dalam urusan privat dan bertentangan dengan agama. Ada juga yang menolak karena nikah siri menurut agama Islam dalam hal ini syariat Islam sah dan diakui. Pemerintah tidak berhak mengatur masalah ibadah.

Kelompok yang setuju dengan penyusunan RUU tentang Peradilan Agama bidang Perkawinan beranggapan bahwa RUU ini penting karena banyak terjadi pembelokan makna perkawinan. Ada juga ulama yang pro dengan penyusunan RUU ini karena nikah siri saat ini lebih mengarah pada penghalalan nafsu dan RUU diperlukan untuk membatasi penyelewengan maksud dan tujuan nikah siri.

Setelah beberapa hari menjadi *hot news* di berbagai media, isu tentang RUU HMPA mulai memudar dan juga dari pemerintah dalam hal ini Menteri Agama Suryadharma Ali meminta agar perdebatan seputar nikah siri dan ancaman pidananya dihentikan karena belum jelas masalahnya. Berita isu ini bergulir selama bulan Februari 2010 namun setelah bulan Februari berakhir, berita-berita tentang isu ini menghilang dan kelanjutan penyusunan RUU ini terhenti sampai di pemerintah.

B. Deskripsi Perusahaan

B.1 Sejarah dan Perkembangan Majalah TEMPO

Sebelum membahas mengenai sejarah berdiri dan perkembangan Koran Tempo tidak lengkap jika tidak menyinggung sejarah dan perkembangan Majalah Berita Mingguan TEMPO (MBM) merupakan cikal bakal berdirinya Koran Tempo. Pada Tahun 1971, sejumlah wartawan muda sepakat untuk mendirikan Majalah Berita Mingguan TEMPO. Diantaranya Goenawan Mohamad, Fikri Jufri, Christianto Wibisono, Yusril Djalinus, dan Putu Wijaya. Maka dari salah satu blok gedung di Jl. Senen Raya 83, Jakarta, pada 6 Maret 1971, nomer perdana TEMPO dilahirkan dengan Yayasan Jaya Raya sebagai penerbitnya.

Majalah Berita Mingguan tersebut diberi nama TEMPO karena Pertama, nama itu singkat dan bersahaja, enak diucapkan oleh lidah orang Indonesia dari segala jurusan. Kedua, nama ini terdengar netral, tidak mengejutkan atau merangsang. Ketiga, nama itu bukan simbol suatu golongan. Dan arti “TEMPO”, sederhana saja yaitu “Waktu”, sebuah pengertian yang dengan segala variasinya lazim dipergunakan oleh banyak penerbitan jurnalistik di seluruh dunia (*Company Profile* PT. TEMPO INTI MEDIA, Tbk. Diambil pada tanggal 12 Mei 2011).

Edisi pertama Majalah Berita Mingguan TEMPO laku sekira 10.000 eksemplar. Disusul edisi kedua yang laku sekira 15.000 eksemplar. *Progress* penjualan oplah ini menepis keraguan Zainal Abidin, bagian sirkulasi Tempo, yang menganggap majalah ini tidak akan laku. Selanjutnya, oplah Tempo terus meningkat pesat hingga pada tahun ke-10, penjualan Tempo mencapai sekira 100.000 eksemplar (Khairuddin, 2011. Diakses pada tanggal 16 November 2011 <http://sejarah.kompasiana.com/2011/01/07/sejarah-majalah-tempo-konflik-dan-pembredelan>).

Majalah Berita Mingguan TEMPO ini sempat mengalami dua kali pembredelan karena pemberitaannya yang menentang penguasa, kasus pembredelan TEMPO sebagai berikut (*Company Profile* PT. TEMPO INTI MEDIA, Tbk. Diambil pada tanggal 12 Mei 2011):

1. Pembredelan I

TEMPO dibredel pada tahun 1982 selama 2 bulan (Edisi 13 Maret 1982) karena pembuatan artikel yang mengindikasikan kecurangan PEMILU tahun 1981.

2. Pembredelan II

TEMPO dibredel untuk kedua kalinya pada tahun 1994. Tepatnya pada tanggal 21 Juni 1994, TEMPO kembali dibredel bersama saudara tirinya: *Editor* dan majalah yang sedang berkembang: *Detik*. Kali ini penyebabnya adalah berita TEMPO terkait pembelian kapal perang eks Jerman Timur oleh pemerintah. TEMPO dibredel selama lebih kurang empat tahun. Pembredelan tiga media tersebut di atas menyulut pelbagai demonstrasi massa. Salah satunya, demonstrasi berdarah pada 27 Juni 1994 oleh para aktifis, mahasiswa, dan buruh.

Walaupun dibredel, TEMPO punya cara sendiri untuk tetap eksis dan menyapa pembaca setianya. Pada 1996, TEMPO meluncurkan majalah digital pertama di Indonesia: *Tempo Interaktif*, melalui situs www.tempo.co.id. Peluncuran situs www.tempo.co.id tepatnya pada tanggal 6 Maret 1996 tersebut menjadi tonggak sejarah baru kegiatan jurnalistik di Indonesia karena TEMPO merupakan perusahaan media cetak yang pertama kali merintis penggunaan internet untuk pemberitaan. Karena beredar di dunia maya, majalah TEMPO ini lolos dari jangkauan pembredelan.

Jatuhnya rezim orde baru pada tanggal 21 Mei 1998 dan naiknya BJ Habibie sebagai Presiden memberi angin segar bagi masa depan TEMPO. Lebih kurang 4 tahun TEMPO dibredel oleh pemerintahan orde baru kemudian saat pemerintahan Presiden BJ Habibie mencabut pembredelan dan mengizinkan untuk terbit kembali.

Setelah mendapat kesempatan kedua, awak TEMPO bergerak. Sekiranya 40 orang berkumpul di Teater Utan Kayu untuk memikirkan TEMPO baru. Hasilnya, melalui PT Arsa Raya Perdana dan dengan investasi baru sekira Rp 5 miliar, TEMPO edisi perdana pasca bredel terbit pada Selasa, 6 Oktober 1998 (Khairuddin, 2011. Diakses tanggal 16 November 2011 dari <http://sejarah.kompasiana.com/2011/01/07/sejarah-majalah-tempo-konflik-dan-pembredelan/>).

Perkembangan TEMPO setelah sanksi pembredelan dicabut, dari sisi oplah dan iklan meningkat. Oplah mencapai sekira 60 ribu eksemplar tiap kali terbit, mengalahkan majalah pesaing: *Gatra*, *Forum*, *Panji Masyarakat*, dan *Gamma*. Begitu pula dari sisi iklan, *Tempo* meraih 41% porsi iklan dibandingkan para pesaingnya tersebut. Persentase tersebut meningkat pada tahun 2000 menjadi 50% dan pada tahun 2005 menjadi 70%.

6 November 2000, TEMPO menjadi pertama yang masuk bursa saham (*go public*). Nama PT Arsa Raya Perdana diganti menjadi PT Tempo Inti Media supaya mudah dikenali. Pada penawaran perdananya, *Tempo* menawarkan 200 juta saham dan 100 juta *warran* guna meraup dana segar Rp 75 miliar. Dana segar tersebut 60% akan digunakan untuk mendirikan *Koran Tempo*, 25% untuk pelunasan utang anak perusahaan, dan 15% untuk penambahan modal kerja. Kalau semuanya berjalan lancar, *Tempo* juga berambisi untuk mendirikan radio, televisi, dan kantor berita.

Pada 2 April 2001, ketika umur TEMPO menginjak usia 30 tahun, diterbitkanlah *Koran Tempo*. Kehadiran *Koran Tempo* bertujuan untuk

mengembalikan prinsip-prinsip jurnalistik harian yang terabaikan: cepat, lugas, tajam, dan ringkas. Nama *Tempo* sengaja digunakan pada Koran *Tempo* untuk meraih pangsa pasar. Koran *Tempo* berusaha meraih pembaca yang masih terbuka lebar, bersaing dengan Kompas, Republika, dan Media Indonesia. Hasilnya luar biasa, di Jakarta, Koran *Tempo* berhasil menjadi peringkat kedua di bawah Kompas (Khairuddin, 2011. Diakses tanggal 16 November 2011 dari <http://sejarah.kompasiana.com/2011/01/07/sejarah-majalah-tempo-konflik-dan-pembredelan/>).

Dengan adanya *Tempo*, *Koran Tempo*, dan *Tempo Interaktif*, manajemen *Tempo* kemudian mendirikan *Tempo News Room* (TNR), kantor berita yang berfungsi sebagai pusat berita ketiga media tersebut. Fungsinya: penghematan sumber daya manusia. Diharapkan, melalui TNR, satu orang wartawan bisa memberikan kontribusi berita untuk tiga media sekaligus.

Setelah *Koran Tempo* sukses di pasaran, *Tempo* juga mencoba menembus bisnis televisi dengan mendirikan *Tempo TV*, kerja sama dengan kantor berita radio KBR68H. Semangat *Tempo TV* adalah ingin menampilkan tayangan televisi yang berkualitas dan mencerahkan, “sebab informasi bukan hanya data yang masuk, tetapi juga data yang membuat kita tercerahkan,” kata Goenawan. Kini, *Tempo TV* telah memberikan kontribusi program di sekira 27 TV lokal di seluruh Indonesia (Khairuddin, 2011. Diakses tanggal 16 November 2011 dari <http://sejarah.kompasiana.com/2011/01/07/sejarah-majalah-tempo-konflik-dan-pembredelan/>).

B.2 PT. Tempo Inti Media

PT. Tempo Inti Media adalah perusahaan yang bergerak di bidang penerbitan pers. Produk utamanya adalah Majalah Berita Mingguan TEMPO. Namun saat ini hanya menerbitkan Majalah Berita Mingguan TEMPO Edisi Bahasa Inggris dikarenakan Edisi Bahasa Indonesia diterbitkan oleh PT. Tempo Inti Media Harian. Pada tanggal 6 Desember 2006 PT. Tempo Inti Media melakukan *go public*. Saat ini, saham PT. Tempo Inti Media dimiliki oleh Yayasan Jaya Raya, Yayasan 21 Juni 1994, PT. Grafiti Pers, Yayasan Karyawan Tempo, dan masyarakat umum. Kegiatan PT. Tempo Inti Media Harian berpusat di Gedung Tempo Jalan Proklamasi No.72 Jakarta Pusat (*Company Profile* PT. TEMPO INTI MEDIA, Tbk. Diambil pada tanggal 12 Mei 2011):

B.3 PT. Tempo Inti Media Harian

Perusahaan ini dahulu bernama PT. Karsa Media Laksana. Kemudian berubah nama menjadi PT. Tempo Inti Media Harian. PT. Tempo Inti Media Harian didirikan pada tanggal 27 Agustus 1996 yang berkedudukan di Jakarta dan bergerak dalam bidang usaha penerbitan pers (koran dengan nama dagang Koran Tempo dan Majalah TEMPO edisi Bahasa Indonesia). Pada perkembangannya PT. Tempo Inti Media Harian tidak hanya memproduksi Koran Tempo dan majalah TEMPO (Indonesia) tetapi juga majalah gaya hidup U Magazine yang baru terbit (Ayudi, 2008: 23)

B.4 Koran Tempo

“Ringkas dan Cerdas”, itulah moto yang diterapkan oleh Koran Tempo. Motto ini sekaligus juga menjadi ciri khas dan pembeda antara Koran Tempo

dengan surat kabar lainnya yang telah lebih dulu terbit. Koran Tempo merupakan bentuk apresiasi para senior TEMPO untuk melayani kebutuhan publik tentang berita yang lebih sering disbanding melalui Majalah TEMPO. Tampilan yang menarik dan ringkas seperti tabloid, penampilan infografis yang menjadi ciri khas Koran Tempo membedakan koran ini dari surat kabar lainnya.

Koran Tempo pertama terbit pada tanggal 2 April 2001 di Jakarta. Koran Tempo diterbitkan lebih kurang 3 tahun setelah Majalah Berita Mingguan TEMPO mendapat izin terbit kembali dari pemerintahan reformasi. Majalah Berita Mingguan TEMPO sempat dibredel pemerintahan orde baru pada tahun 1982 dan terakhir pada tahun 1994.

Koran ini merupakan bentuk apresiasi para senior TEMPO untuk melayani kebutuhan publik tentang berita yang lebih sering dibanding melalui Majalah TEMPO. Tampilan luar yang menarik dan ringkas, lebih kompak, lebih ringkas, format lima kolom, desain lebih luwes, dan tampilan infografis menjadi ciri khas Koran Tempo dengan koran lain. Koran Tempo menjadi pionir koran ukuran *compact* pertama di Indonesia. Format koran *compact* ini adalah trend dunia masa kini yang telah sukses diterapkan di berbagai negara Eropa dan Amerika (<http://sites.google.com/site/jalansutera/TEMPO> diakses tanggal 16 November 201).

Koran Tempo adalah koran nasional edisi *compact* pertama di Indonesia dengan oplah 170.000 eksemplar dan pembaca 640.000 orang yang telah memenangkan award dari Dewan Pers Nasional atas independensi dari beritanya. Koran Tempo merupakan koran yang dimiliki oleh PT. Tempo Inti Media Harian ini mempunyai visi untuk dapat mejadi acuan dalam proses meningkatkan

kebebasan rakyat untuk berpikir dan mengutarakan pendapat serta membangun suatu masyarakat yang menghargai kecerdasan dan perbedaan pendapat. Kehadiran Koran Tempo bertujuan untuk mengembalikan prinsip-prinsip jurnalistik harian yang terabaikan: cepat, lugas, tajam, dan ringkas. Nama *Tempo* sengaja digunakan pada *Koran Tempo* untuk meraih pangsa pasar (Khairuddin, 2011. Diakses tanggal 16 November 2011 dari <http://sejarah.kompasiana.com/2011/01/07/sejarah-majalah-tempo-konflik-dan-pembredelan>).

Koran Tempo telah membuktikan keberadaannya di komunitas pembaca eksklusif, Koran Tempo merupakan harian umum yang secara independen memberikan porsi besar pada politik dan ekonomi: menghadirkan informasi yang jernih, akurat, jujur, berimbang dan tidak bombastis (<http://sites.google.com/site/jalansutera/TEMPO> diakses pada 16 November 2011).

Tahun 2006, Koran Tempo memenangkan dua penghargaan sekaligus dari Dewan Pers Nasional. Penghargaan tersebut adalah peringkat ke-2 untuk rangking *Media Performance (Factualness, Accuracy, Completeness, Relevance, Balance, and Neutrality)*, peringkat pertama untuk rangking *Evaluative Dimension (Balance dan Neutrality)*, dan juga Koran Tempo mendapat penghargaan sebagai surat kabar harian nasional yang menggunakan bahasa Indonesia terbaik.

Menurut hasil survei Lembaga Research Indonesia menyatakan bahwa Koran Tempo menduduki tingkat pertama pertumbuhan sirkulasi Tahun 2006 Koran Tempo menduduki rating ke-4 setelah KOMPAS, Media Indonesia, dan SINDO. Tetapi ada hal penting yang harus diperhatikan, walaupun jumlah oplah Koran Tempo tidak sebanyak koran di atasnya, Koran Tempo didistribusikan ke

pasar tanpa ada retur (pengembalian). Hal tersebut menjamin 100% bahwa Koran Tempo pasti dibaca oleh khalayak (<http://sites.google.com/site/jalansutera/TEMPO> diakses pada 16 November 2011).

Ide atau gagasan tim pendiri untuk menerbitkan Koran Tempo sudah ada sejak lama bahkan sebelum Majalah TEMPO dibredel pada tahun 1994. Beberapa alasan para pendiri untuk menerbitkan Koran Tempo adalah yang pertama, untuk mewadahi berita-berita yang selama ini tidak dapat ditampung oleh Majalah Berita Mingguan TEMPO yang terbit mingguan. Ada empat poin penting mengenai Koran Tempo dari segi isi dan tujuan diterbitkannya koran ini, alasan tersebut yaitu (*Company Profile* PT. TEMPO INTI MEDIA, Tbk. Diambil pada tanggal 12 Mei 2011):

1. Koran Tempo merupakan harian umum yang secara independen diterbitkan dan memberikan porsi besar pada berita politik dan ekonomi.
2. Koran Tempo menghadirkan informasi dengan jernih, akurat, jujur, berimbang dan tidak bombastis.
3. Koran Tempo ingin mengembalikan prinsip jurnalisme surat kabar harian, yakni; cepat, lugas, dan ringkas.
4. Penyajian Koran Tempo berorientasi pada kebutuhan pembaca yang beragam.

Para senior TEMPO dan para pendiri Koran Tempo mencanangkan koran ini sebagai kontrol kekuasaan atau kekuatan pada proses demokrasi Indonesia.

Nama Koran Tempo sendiri merupakan sebuah hasil perundingan panjang diantara tim pendiri koran ini. Awalnya, tim tersebut sudah menyiapkan format

yang diperlukan untuk membuat sebuah surat kabar harian, namun hingga menjelang akan diterbitkan, nama untuk koran ini masih belum diputuskan. Bahkan sempat terbesit ide untuk memunculkan nama yang berbeda dengan induknya, yaitu Majalah Berita Mingguan TEMPO. Namun resiko apabila menggunakan nama yang berbeda, surat kabar baru ini harus berusaha keras untuk menempatkan diri di pasar media tanpa membawa nama besar TEMPO. Agar masyarakat cepat mengenali surat kabar ini sebagai salah satu produk dari PT. TEMPO INTI MEDIA, akhirnya diputuskan unsur nama “TEMPO” tetap dipertimbangkan untuk menjadi satu frase nama surat kabar ini.

Pilihan berikutnya adalah memilih antara kata “Koran” dan “Harian” sebagai nama dari surat kabar baru ini. Setelah melalui perundingan dan voting, nama “Koran” yang dipilih. Alasan dari penggunaan nama “Koran” ini langsung merujuk pada sebutan surat kabar yang lebih familiar di kalangan masyarakat, enak didengar dan kata tersebut sederhana. Akhirnya diputuskan nama “Koran Tempo” bagi surat kabar baru milik PT. TEMPO INTI MEDIA HARIAN ini.

Saat pertama kali muncul, format Koran Tempo masih seperti surat kabar pada umumnya, yakni 9 kolom dan berukuran plano. Namun setelah melakukan riset pada pembaca dan menimbang perkembangan jaman, pada tanggal 9 Mei 2005 Koran Tempo merombak tampilannya menjadi seukuran tabloid dengan format 5 kolom serta membawa slogan “Ringkas dan Cerdas”. Beberapa alasan mengenai perubahan format Koran Tempo sebagai berikut (*Company Profile* PT. TEMPO INTI MEDIA, Tbk. Diambil pada tanggal 12 Mei 2011):

1. Kota makin sibuk, waktu baca kian sempit.

2. Pembaca perlu berita lebih langsung, fokus (kata kunci: *less is more*).
3. Pembaca jenuh dengan desain yang seragam.
4. Koran bukan lagi media berita tunggal, pelengkap media online dan elektronik.
5. Perlu koran yang kompak dan kuat.
6. Perlu koran yang *handy*, mudah dibawa, dan dibaca dimana saja.

Beberapa poin positif dalam Koran Tempo setelah mengalami perubahan format koran, yaitu:

1. Perkembangan penjualan Koran Tempo lebih *progresif*.
2. Lebih tebal (48 halaman)
3. Gepok tambah (A, B, C, D, lebih tegas)
4. Berita lebih dalam (48 headline)
5. Setiap halaman lebih fokus
6. Lebih kompak, lebih keren
7. Desain lebih luwes, foto makin banyak

Seiring dengan bertambahnya umur, Koran Tempo kini telah menjadi pionir koran *compact* pertama di Indonesia. Format koran *compact* ini adalah tren dunia masa kini yang telah sukses diterapkan di berbagai negara Eropa dan Amerika. Selain menjadi pionir koran *compact*, Koran Tempo telah menempatkan diri sebagai surat kabar yang dijadikan referensi terhadap isu nasional terutama politik, hukum, serta ekonomi dan bisnis.

Bentuk dan Nama Badan Hukum: PT. Tempo Inti Media

Nama Media : Koran Tempo

| | |
|----------------|---------------------|
| Bahasa | : Indonesia Populer |
| Harga | : Rp 2.000 |
| Langganan | : Rp 69.000 |
| Jumlah Halaman | : 40 |

B.4.1 Visi dan Misi

Visi Koran Tempo adalah menjadi acuan dalam proses meningkatkan kebebasan rakyat untuk berpikir dan mengutarakan pendapat serta membangun suatu masyarakat yang menghargai kecerdasan dan perbedaan pendapat.

Misi Koran TEMPO, dapat dijabarkan dibawah ini (*Company Profile* PT. TEMPO INTI MEDIA, Tbk. Diambil pada tanggal 12 Mei 2011):

1. Menyumbangkan kepada masyarakat suatu produk multimedia yang menampung dan menyalurkan secara adil suara yang berbeda-beda.
2. Sebuah produk multimedia yang mandiri, bebas dari tekanan kekuasaan modal dan politik.
3. Terus menerus meningkatkan apresiasi terhadap ide-ide baru, bahasa, dan tampilan visual yang baik.
4. Sebuah karya yang bermutu tinggi dan berpegang pada kode etik.
5. Menjadikan tempat kerja yang mencerminkan Indonesia yang beragam sesuai kemajuan jaman.
6. Sebuah proses kerja yang menghargai kemitraan dari semua sektor.
7. Menjadi lahan yang subur bagi kegiatan-kegiatan untuk memperkaya khasanah artistik dan intelektual.

B.4.2 Logo dan Font

Logo Koran TEMPO merupakan pembentuk awal citra publik. Bila semua logo tidak maksimal, hal itu akan mencitrakan secara buruk suatu perusahaan.



Koran Tempo menggunakan logo arloji kompas berwarna emas yang berfungsi sebagai penunjuk arah di dalam lingkarannya. Arti arloji tersebut merujuk pada “waktu” yang berkaitan dengan kecepatan, ketepatan, kebaruan, dan aktual yang merupakan nilai berita. Sedangkan kompas merujuk pada penunjuk arah N, E, W, S (North, South, West, East) yang dapat diartikan sebagai *news* / berita. Oleh karena itu, diharapkan Koran Tempo mampu tumbuh berkembang menjadi bahan acuan informasi bagi masyarakat (Ayudi, 2008)

Koran Tempo menggunakan pilihan huruf *Palatino Lonotype* yang telah dimodifikasi tim kreatif Koran Tempo dan menggunakan huruf kapital tanpa cetak tebal (*bold*). Pilihan jenis huruf ini sengaja dibuat mirip dengan Majalah Tempo agar mudah dikenali. Citra yang ingin dicapai adalah simple, sederhana, tetap elegan namun tidak kuno. Selain itu penggunaan font ini memberi citra dinamis dan mudah dikenali karena menggunakan huruf yang saling bersambung, sehingga ketika dibaca per kata mudah diingat oleh konsumen (Ayudi, 2008)

Mengapa dinamakan Koran TEMPO?

1. Nama itu singkat dan bersahaja, enak diucapkan oleh lidah Indonesia dari segala jurusan (Menurut para pembentuk TEMPO).
2. Nama ini terdengar netral, tidak mengejutkan atau merangsang.
3. Nama itu bukan simbol suatu golongan nama.

Dan arti “TEMPO” sederhana saja: Waktu, sebuah pengertian yang dengan segala variasinya lazim dipergunakan oleh banyak penerbitan jurnalistik di seluruh dunia.

B.4.3 Profil Pembaca

Dari awal, Koran TEMPO merupakan surat kabar harian yang ditujukan buat semua kalangan, tidak membedakan pembaca berdasarkan gender, status sosial, dan kepentingan politik. Namun, meskipun sifatnya yang umum koran TEMPO lebih cocok dibaca untuk pembaca yang berwawasan luas.

Cakupan pembaca Koran Tempo ada 66 % pria dan 34 % wanita. Usia pembaca didominasi umur 20-39 tahun dengan persentase sebesar 65 %. Jenis pekerjaan terbesar *white collar* (57,31 %). Sementara mayoritas (80 %) pembaca Koran Tempo berpendidikan SMA dan *post graduate* dengan tingkat pengeluaran kelas AB (54 %). Selain itu Tempo memiliki pelanggan yang juga menjadi nasabah premium di beberapa bank terkemuka yang dapat disasar menjadi calon konsumen (<http://sites.google.com/site/jalansutera/TEMPO> diakses pada 16 November 2011).

B.4.4 Bobot Berita Koran Tempo

- *Headline* 10 %
- Ekonomi & Bisnis 30 %
- Politik 20 %
- Olah Raga 10 %
- Berita Metro 10 %
- Berita Daerah 5 %
- Gaya hidup 5 %
- Ilmu dan Teknologi 5 %
- International 5 %

B.4.5 Rubrik-Rubrik di Koran TEMPO

Rubrik-rubrik yang disajikan sebagai informasi memiliki peran yang penting untuk menarik minat pembaca. Secara tidak langsung, rubrik merupakan urat nadi dalam koran.

Sama seperti media pers cetak lainnya, koran TEMPO memiliki sejumlah rubrik informasi sebagai layanan publik. Meskipun cenderung sama dengan rubrik-rubrik lainnya, koran TEMPO berusaha berbeda dan kuat dalam penyampain berita. Koran dengan 40 halaman ini memiliki beberapa rubrik tetap maupun tidak tetap, diantaranya (Sembiring, 2009: 33-37):

1. Halaman Pembuka

Halaman ini merupakan halaman yang menjadi yang menjadi fokus dibandingkan dengan berita-berita lainnya karena di berada di depan.

Biasanya terkait kejadian baru atau isu yang sedang naik di kalangan publik.

2. Berita Utama

Halaman yang beritanya mengandung kadar informasi yang lebih penting, lebih baru dan lebih menarik. Biasanya berita utama di koran TEMPO ditempatkan di halaman ke-2, disamping editorial.

3. Editorial

Memuat pandangan mengenai suatu kasus atau pun kejadian yang terjadi. Meskipun hanya beberapa kolom, namun rubrik ini tetap menarik perhatian pembaca.

4. Nasional

Rubrik yang berisi berbagai berita nasional. Berita yang dimuat terjadi di seluruh Indonesia. Desk Nasional melingkupi berita-berita yang menyangkut seluruh kepentingan masyarakat, terutama berkaitan dengan penegakan hukum, politik, keamanan negara, kesejahteraan rakyat, dan nusantara.

5. Referensi

Rubrik ini memuat ulasan mengenai suatu fenomena yang berpengaruh bagi orang banyak. Mengembangkan pertanyaan-pertanyaan publik dan mencoba mengkajinya dengan investigasi.

6. Nusa

Koran Tempo tidak hanya memberitakan kejadian-kejadian di daerah Jakarta dan sekitarnya. Di rubrik Nusa, diinformasikan berita penting di berbagai daerah luar Jabodetabek.

7. Pendapat

Seperti namanya, rubrik pendapat berisi pendapat atau ide yang diungkapkan oleh orang diluar repoter seperti guru besar universitas Indonesia.

8. Bisnis (Finansial dan Industri)

Rubrik yang khusus berisi ulasan yang berkaitan dengan dunia perbankan. Isu-isu baru dan penting juga informasi-informasi menarik berhubungan dengan bisnis.

9. Info Tempo (diproduksi oleh tim info TEMPO)

Hal-hal unik yang diharapkan membantu pembaca. Misalnya info griya unik atau bisnis UKM yang sedang diminati.

10. Ilmu dan Teknologi

Berita terbaru mengenai dunia IPTEK, info menarik yang dibutuhkan masyarakat yang semakin membutuhkan teknologi.

11. Gaya Hidup

Rubrik yang mengulas isu-isu yang ada disekitar masyarakat. Seperti mengulas mewabahnya pemakaian *Blackberry* di kalangan remaja.

12. Kosmo

Ulasan menarik untuk kehidupan pembaca, seperti tips-tips menjaga kesehatan.

13. Seni

Salahsatu rubrik yang sangat diminati di Koran Tempo. Dilengkapi foto-foto unik dan tulisan segar mengenai seni. Beberapa surat kabar kadang mengabaikan berita mengenai ini.

14. Digital

Sedikit berbeda dengan rubrik ilmu dan teknologi, halaman digital lebih kepada pengenalan produk. Dapat menjadi iklan juga bagi produk yang dijelaskan.

15. Navigasi

Empat halaman yang berisi panduan belanja dan info komersial dengan bentuk iklan-iklan baris dan mini kolom.

16. Olahraga atau Gelanggang, Liga Internasional

Berita olahraga, baik nasional maupun internasional yang terbaru karena Tempo tidak main-main dalam menyuguhkan berita maupun foto dirubrik ini. Dari beberapa surat kabar, yang menempatkan iklan lebih banyak daripada berita olahraga, namun koran Tempo mencoba memangkas kebiasaan itu.

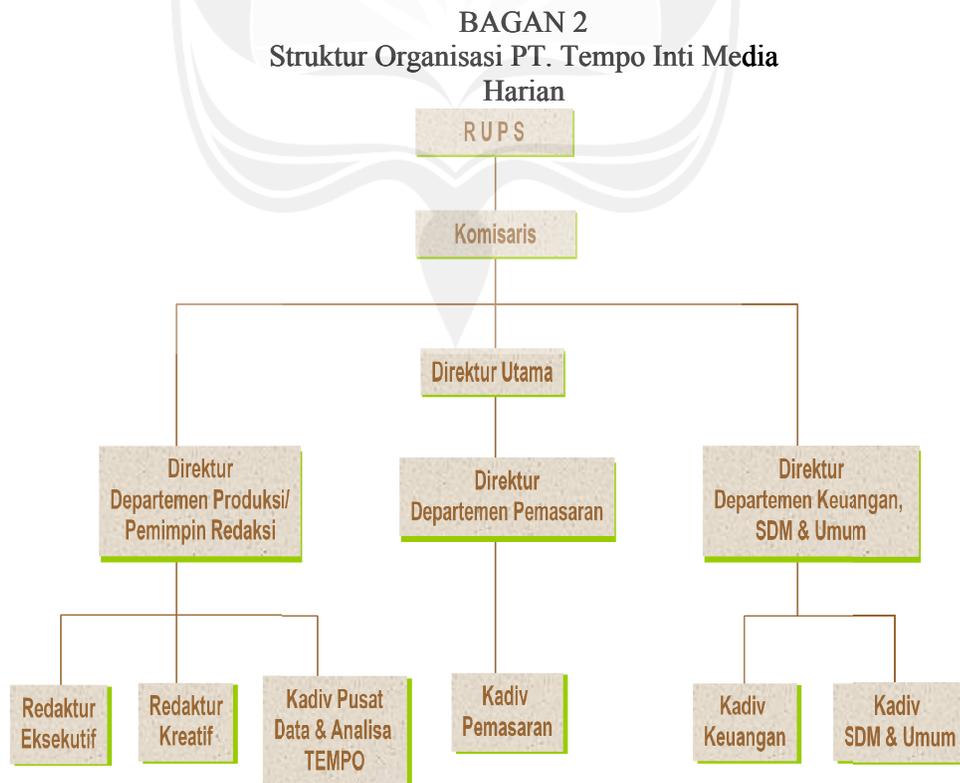
B.4.6 Sturktur Organisasi Koran Tempo

Secara struktural, PT. Tempo Inti Media Harian (TIMH) merupakan anak perusahaan PT. Tempo Inti Media yang merupakan induk perusahaan dan juga

terhubung dengan PT. Temprint yang menjadi pusat kegiatan percetakan dan pendistribusian seluruh produk kelompok Tempo Media.

Seluruh bagian manajemen inti perusahaan dan redaksi Majalah Berita Mingguan TEMPO (Edisi Bahasa Inggris) berada di bawah naungan PT. Tempo Inti Media sedangkan PT. Tempo Inti Media Harian bergerak di bidang media harian cetak, majalah, dan media interaktif (Koran Tempo, U Magazine, Majalah Berita Mingguan TEMPO edisi Bahasa Indonesia, dan Tempo News Room). PT. Temprint bergerak di bidang percetakan dan pendistribusian Majalah TEMPO, Koran Tempo, dan U Magazine.

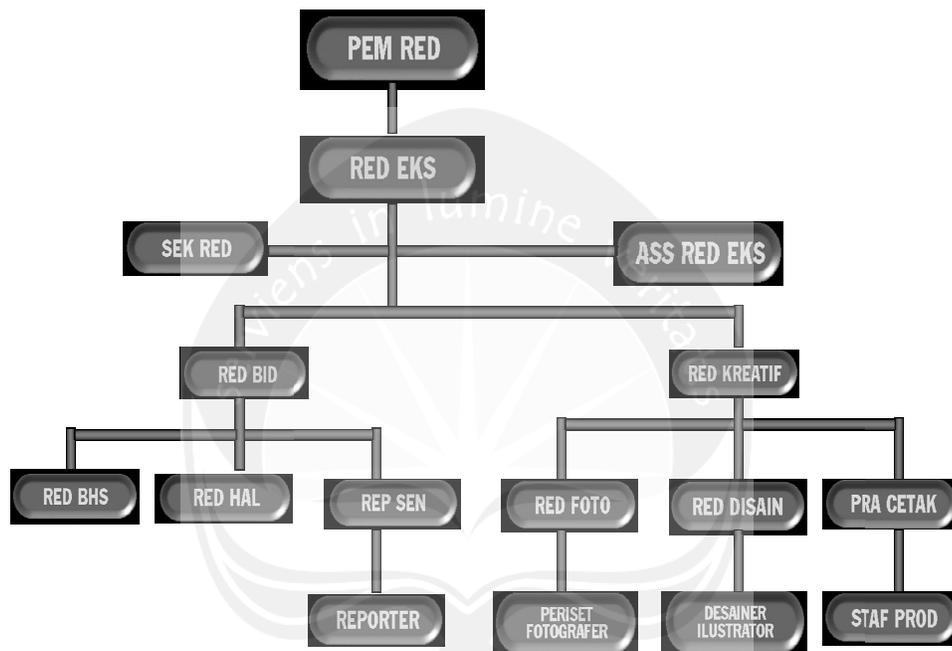
Dibawah ini akan ditunjukkan bagan mengenai hubungan struktural organisasi PT. Tempo Inti Media Harian, dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber: Company Profile Koran Tempo diambil tanggal 12 Mei 2011

Secara struktural Koran Tempo bearada di bawah departemen produksi atau bisa kita sebut sebagai redaksi. Gambaran struktur organisasi Koran Tempo sebagai berikut:

BAGAN 3
Struktur Organisasi SDM Koran Tempo



Sumber: Company Profile Koran Tempo diambil tanggal 12 Mei 2011

Keterangan struktur organisasi pada PT. Tempo Media Harian di atas ialah sebagai berikut:

- Penerbit : PT. Tempo Inti Media Harian
- Pemimpin Redaksi : Gendur Sudarsono
- Wakil Pemimpin Redaksi : Daru Priyambodo
- Pj. Redaktur Eksekutif : M. Taufiqurohman
- Redaktur Senior :

1. Bambang Harymurti
 2. Diah Purnomowati
 3. Fikri Jufri
 4. Goenawan Mohamad
 5. Leila S. Chudori
 6. Putu Setia
 7. S. Malela Mahargasarie
 8. Toriq Hadad
- Redaktur Utama :
 1. Yos Rizal Suriaji
 2. Tulus Wijanarko
 - Sekretariat Redaksi : Dyah Irawati Hapsari
 - Redaktur :

| | |
|-----------------------|---------------------------|
| 1. Ahmad Taufik | 6. Nurdin Saleh |
| 2. Dody Hidayat | 7. Yuyun Nurrachman |
| 3. Dwi Arjanto | 8. Sapto Yunus |
| 4. Firman Atmakusumah | 9. Zacharias Wuragil B. K |
| 5. Hari Prasetyo | |
 - Sidang Redaksi :

| | |
|-----------------------|----------------------------|
| 1. Endri Kurniawati | 7. Sita Planasari Aquadini |
| 2. Hadriani Pudjiarti | 8. Tjandra Dewi Harjanti |
| 3. Kelik M. Nugroho | 9. Untung Widyanto |
| 4. Maria Hasugian | 10. Ali Anwar |

- 5. Martha Warta Silaban
- 6. Rini Kustiani
- Fotografi :
- 1. Rully Kesuma (Redaktur)
- 2. Amston Probel
- 3. Wahyu Setiawan
- 4. Ayu Ambong
- Desain :
- 1. Ehwan Kurniawan
- 2. Gatot Pandego
- Tata Letak :
- 1. Achmad Budy
- 2. Ahmad Fatoni
- 3. Arief Mudi Handoko
- 4. Agung Nugraha
- 5. Agus Kurnianto
- Ilustrator : Imam Yunni
- Redaktur Bahasa :
- 1. Hasto Pratikto
- 2. Dewi Kartika Teguh W.
- 3. Hadi Prayuda
- 4. Heru Yulistyan
- 11. Suseno
- 12. Istiqomatul Hayati
- 5. Gunawan Wicaksono
- 6. Mahanizar Djohan
- 7. Yunizar Karim
- 6. Imam Riyadi Untung
- 7. Kuswoyo
- 8. Mistono
- 9. Rudy Asrori
- 5. Iyan Bastian
- 6. Michael Timur Kharisma

Struktur organisasi Tempo News Room, Tempo Interaktif, Pusat Data dan Analisis Tempo sebagai berikut:

- Pemimpin Redaksi : Daru Priyambodo
- Pj. Redaktur Eksekutif : Burhan Solihin
- Redaktur Utama : Yosep Suprayogi dan Elik Susanto
- Redaktur :
 1. Ali Nur Yasin
 2. Jajang Jamaludin
 3. Mustafa Ismail
 4. Widiarsi Agustina
 5. Jobpie Sugiharto
 6. Raju Febrian
- A. Sidang Redaksi :
 1. Agus Supriyanto
 2. Dewi Rina
 3. Bobby Chandra
 4. Efri Ritonga
 5. Eni Saeni
 6. Lis Yuliawati
 7. Purwanto
 8. Rr. Ariyani
 9. Sukma N. Loppies
 10. Abdul Manan
 11. Kodrat Setiawan
- Biro Jakarta :
 1. Agung Sedayu
 2. Akbar Tri Kurniawan
 3. Amanda Mega Mustika
 4. Amirullah
 5. Bunga Manggiasih
 6. Cornila Desyana
 19. Rina Widyastuti
 20. Riky Ferdianto
 21. Retno Dianing Sari
 22. Anton William
 23. Arie Firdaus
 24. Aryani Kristanti

- | | |
|-----------------------------|---------------------------|
| 7. Dian Yuliasuti | 25. Pingit Aria |
| 8. Dwi Riyanto Agustiar | 26. Ratnaning Asih |
| 9. Eko Ari Wibowo | 27. Sutji Decilya |
| 10. Erwin Prima | 28. Evana Dewi |
| 11. Eka Utami Aprilia | 29. Febriana Firdaus |
| 12. Ezther Lastania | 30. Febriansyah |
| 13. Gabriel Wahyu Titiyoga | 31. Gustidha Budiartie |
| 14. Heru Triono | 32. Mahardika Satria Hadi |
| 15. Ismi Wahid | 33. Isma Savitri |
| 16. Kartika Chandra | 34. Ririn Agustia |
| 17. Muhammad Iqbal Muhtarom | 35. Rosalina |
| 18. Munawwaroh | |
- Biro Surabaya : Jalil Hakim, Zed Abidin
 - Biro Yogyakarta : Philipus Parera, L.N. Idayani, R. Fadjri
 - Biro Bandung : Juli Hantoro
 - Biro Makasar : Yudono Yanuar, Nur Haryanto, Hayati Maulanan
- Nur. Riset: Ngarto Februana (Pj. Kepala Bagian), Indra Mutiara, Viva B. Kusnandar.
- Iklan :
- | | |
|--|----------------------|
| 1. Gabriel Sugrahetty (Wakil Direktur) | 6. Imam Hadi |
| 2. Adelisnasari | 7. Melly Rasyid |
| 3. Tito Prabowo | 8. Nurulita Pasaribu |
| 4. Adeliska Virwani | 9. Sulis Prasetyo |

5. Haderis Alkaf

- Pengembangan dan Komunikasi Pemasaran: Meiky Sofyansyah (Kepala)
- Promosi : Rachadian Nashidik
- Riset Pemasaran : Ai. Mulyani K.
- Business Development : Rhanty
- Kreatif Pemasaran : Prasadono Listiaji (Kepala)
- Tim Penulis :
 1. S. Dian Andryanto
 2. Danis Purwono
 3. Dewi Retno Lestari
 4. Hotma Siregar
 5. Mira Larasati
 6. Nugroho Adhi
 7. Rifwan Hendri
 8. Susandijani
 9. V. Nara Patrianila
- Fotografi dan Riset Foto : Lourentius EP.
- Desain Iklan :
 1. Kemas M. Ridwan
 2. Andi Faisal
 3. Andri Suprianto
 4. Arcaya Manikotama
 5. Jemmi Ismoko
 6. Junaidi Abdillah
 7. Juned Aryo Sembada
 8. Rachman Hakim
- Traffic : Abdul Jalal
- Sirkulasi dan Distribusi : Windalaksana (Kepala), Erina (Sekretariat).
Sirkulasi: Shanty Nurpatria, Shalfi Andri (Kepala Unit), Yefri, Indra Setiawan, Ivan B. Putra, Alex Anindito, M. Oemar Sidiq. Perwakilan Daerah:

Didiet Setiaji (Bandung), Soleh Kurniawan (Surabaya). Distribusi: Ismet Tamara (Kepala Unit). Layanan Pelanggan: Berkah Damiat.

- Kepala Pemberitaan Korporat : Toriq Hadad
- Kepala Desain Korporat : S. Malela Mahargasarie
- Kepala Biro Eksekutif dan Pendidikan: M. Taufiqurohman
- Direktur Utama : Bambang Harymurti
- Direktur : Herry Hernawan, Toriq Hadad
- Sekretaris Korporat : Rustam F. Mandayun

B.4.7 Alamat Redaksi Koran Tempo

- Alamat Redaksi dan Iklan :
Kebayoran Centre Blok A11-A15
Jl. Kebayoran Baru-Mayestik
Jakarta 12240
Telepon : 021-7255625
Faks : 725-5645/50
Email : koran@tempo.co.id
- Alamat Perusahaan :
Jl. Palmerah Barat No. 8, Jakarta 12210
Telepon : 021-5360409
Faks : 021-5349569