

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Konglomerasi Jawa Pos : Dari Cetak Ke Digital

Industri media Indonesia sudah berkembang sejak 1980. Sempat terbungkam karena aturan pemerintah pusat pada masa orde baru. Seperti diketahui, media pada masa orde baru adalah pers yang diatur oleh kekuasaan pemerintah, dengan menerapkan berbagai kebijakan yang dilakukan oleh Departemen Penerangan (Junaedi, 2018 : 24).

Era reformasi menjadi titik balik media di Indonesia dan perkembangan bisnisnya. Grup Jawa Pos diawal hadir dengan nama Djawa Pos tahun 1949, milik The Cung Sen alias Suseno Tedjo, di kota Surabaya. Mengalami penurunan drastis pada oplah koran yang mencapai 6.800 eksemplar, pada tahun 1982. Pengambilalihan kepemilikan Djawa Pos lalu berganti nama menjadi Jawa Pos, dilakukan oleh Eric Samola direktur Grafiti Pers. Kemudian mengangkat Dahlan Iskan sebagai pemimpin Jawa Pos (Taufani dalam Christiani, 2015 : 205).

Selanjutnya Dahlan Iskan hanya dengan kurun waktu sepuluh tahun membawa nama Jawa Pos menjadi salah satu perusahaan terbaik. Pada tahun 1992, Jawa Pos menjadi surat kabar ketiga yang terbesar di Indonesia dengan perolehan sirkulasi 350.000 eksemplar (Hill dalam Junaedi, 2018 : 25).

Kemudian Jawa Pos menjadi perusahaan raksasa yang lebih besar dibanding induknya kelompok Tempo-Grafiti.

Jawa Pos mengawali bisnis dari media cetak nasional, dari keberhasilannya membuat bisnis Jawa Pos semakin melebar dengan pembelian saham berbagai surat kabar daerah dan mengambil alih kepemilikan media di berbagai daerah atau media cetak lokal di seluruh Indonesia. Diikuti televisi local, tabloid, majalah, radio, dan media *online* (Christiani, 2015 :205). Grup Jawa Pos mengembangkan kekuatan medianya dalam beberapa tahap, ekspansi bergerak hampir ke seluruh daerah di Indonesia, sambil memperluas industri di wilayah utama Jawa Timur dan Jakarta. Grup Jawa Pos melakukan ekspansi dengan mengambil alih koran-koran kecil yang hampir mati, melakukan akuisisi, penggabungan, dan mendirikan sendiri perusahaan media baru (Christiani, 2015 : 206). Selain koran, perluasan korporasi di lini media tabloid dan majalah juga dilakukan Jawa Pos dengan cara yang hampir sama dengan perluasan koran.

Setelah sukses dengan koran local, Jawa Pos mengembangkan institusi kanal yang berbeda, yaitu televisi. Setelah jaringan media cetak kuat melalui Radar di satu kota, merek akan mengembangkan televisi tiap kota berdasarkan jaringan Radar tersebut. JTV menjadi televisi regional terbesar di Indonesia. Selain media massa tersebut, Jawapos meluncurkan versi online yaitu jawapos.co.id. Pada 1992, setelah adanya jaringan berita besar bernama Jawa Pos National Network (JPNN) yang menghubungkan seluruh lini media Grup

Jawa Pos, maka omset yang didapatnya meningkat pesat (Christiani, 2015 : 207).

Dari koran yang memiliki oplah kecil di Surabaya, Jawa Pos Grup menjadi satu raja media Indonesia, kelompok media Jawa Pos memiliki 165 media surat kabar, 8 tabloid mingguan, 40 stasiun televisi yang 22 televisinya berada dibawah naungan Jawa Pos Multi Media, 134 situs berita online (Media Kit Jawa Pos, 2018). Untuk merespons perkembangan teknologi yang ditandai dengan internet, sebagai upaya bertahan secara finansial di era digital, maka beberapa perusahaan harus berkembang dan berubah menjadi media multiplatform. Jawa Pos menyikapi hadirnya internet dengan memunculkan aplikasi digital sebagai integrasi televisi jaringan Jawa Pos dibawah Jawa Pos Multimedia.

B. Jawa Pos Multimedia

1. Visi dan Misi Jawa Pos Multimedia

Visi :

Menjadi kekuatan jaringan televisi terbesar di Indonesia

Misi :

- a) Mengintegrasikan dan memperkuat jaringan media televisi Jawa Pos Group untuk kepentingan bersama.
- b) Membantu meningkatkan kesejahteraan dan kapasitas media-media lokal dengan tayangan berkualitas guna menambah wawasan serta pendidikan bagi masyarakat.

Diferensiasi :

JPM merupakan induk jaringan TV lokal terbesar di Indonesia yang menonjolkan kekuatan etnik dan budaya nusantara.

2. Nilai Kerja Jawa Pos Multimedia

Integritas :

JPM percaya bahwa setiap insan media harus memiliki kredibilitas dan tanggung jawab secara moral, etika dan profesi, baik kepada dirinya dan masyarakat pemirsanya.

Profesional :

JPM percaya bahwa kerja profesional dengan memberikan pelayanan yang ramah, sistematis, dan penuh kemitraan dengan semua pemangku kepentingan, serta dapat memberikan keuntungan dan kebaikan.

Kreatif :

Solusi yang dilahirkan JPM harus mengandung kebaruan dan penuh kreativitas yang menjawab tantangan zaman.

3. Logo dan Tagline Jawa Pos Multimedia

Gambar 3.2 Logo Jawa Pos Multimedia



Disamping logo, terdapat pula tagline yang dimiliki oleh perusahaan Jawa Pos Multimedia. “Melihat Indonesia sesungguhnya”, adalah tagline dari PT Jawa Pos Multimedia. Tagline tersebut sejurus dengan diferensiasi dari Jawa Pos Multimedia yang mengangkat kekuatan etnik dan daerah di seluruh Indonesia melalui televisi jaringannya.

4. Layanan Bisnis Jawa Pos Multimedia

a) Program Jaringan

Program jaringan ditayangkan secara serentak melalui jawapostv atau jtv nasional. Program jaringan hadir enam jam setiap harinya, adapun program dari jawapostv dengan genre berita adalah

Nusantara Kini Pagi, Nusantara Kini Malam, Berita Kini. Sedangkan untuk genre berita, dokumenter ada VICE News Tonight, VICE | jawapostv. Dari jtv nasional ada program dengan genre hiburan yaitu Stasiun Dangdut dan Larasati.

b) Program Sindikasi

Program sindikasi merupakan program yang ditayangkan di jaringan televisi Jawa Pos Group dengan jam tayang yang serentak atau berbeda masing-masing televisi. Program tersebut adalah Post-ing variety show dengan genre hiburan dan klien PT. Pos Indonesia.

c) Buying House

Buying House merupakan program yang melayani penempatan kampanye produk, aktivitas brand, iklan layanan masyarakat (PSA), dan iklan komersial televisi (TVC) di berbagai media di Indonesia, seperti radio, televisi, media digital dan masih banyak lagi. Untuk saat ini, klien yang sudah bekerjasama dengan Jawa Pos Multimedia adalah Sarimi, Indomie, Lejel, Roma Kelapa, Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, KPU, Antangin, Brothers, Bank Rakyat Indonesia (BRI), Diabemed, Dancow, TPS Food, Kementerian Perindustrian, Gizi Supercream, dan masih banyak lagi.

d) Penyelenggara Acara

Penyelenggara Acara merupakan program Jawa Pos Multimedia yang melayani aktivitas brand di wilayah Jawa Pos Group dengan konsep terintegrasi seperti konferensi pers, aktivitas marketing, pertunjukkan hiburan, pertemuan, peluncuran produk dan masih banyak lagi. Untuk saat ini, klien yang sudah bekerjasama dengan Jawa Pos Multimedia adalah Sarimi, Mie Telor 3 Ayam, AXA, Qtela, Indomie, Sirup Friess, Sumber Ayu, Mie Urai dan masih banyak lagi.

e) Rumah Produksi

Melayani produksi video untuk iklan layanan masyarakat (PSA), program televisi kreatif, dokumenter, *filler*, dan iklan komersial televisi (TVC) dan masih banyak lagi. Untuk saat ini, klien yang sudah bekerjasama dengan Jawa Pos Multimedia adalah KPU DKI Jakarta, Dancow, PT. Semen Indonesia, Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia, MPRRI, PT. Pos Indonesia, Gain, Talkshow Budi Suharja, Frisian Flag, dan masih banyak lagi.

f) Streaming

JPM Stream merupakan aplikasi multikanal televisi Jawa Pos Group yang menyajikan *Role Model Platform* televisi masa depan, dengan kanal terbanyak di Indonesia yaitu terdapat 30 kanal televisi dalam aplikasi JPM Stream tersebut.

C. JPM Stream Aplikasi Integrasi Televisi Jaringan Jawa Pos Grup

1. Latar Belakang dan Tujuan Pembentukan

JPM Stream adalah sebuah aplikasi *streaming* multikanal, berada dibawah naungan Jawa Pos Multimedia yang merupakan induk bisnis dari Jawa Pos Group. Aplikasi JPM Stream memiliki 30 kanal televisi yang mengintegrasikan stasiun televisi jaringan Jawa Pos Group yang menjangkau di 22 provinsi Indonesia. Dengan menampilkan keragaman masyarakat Indonesia dengan menonjolkan kekuatan etnik dan budaya nusantara. Untuk dapat menunjukan pada masyarakat untuk melihat Indonesia yang sesungguhnya.

Memiliki televisi jaringan yang tersebar hampir di seluruh provinsi di Indonesia, membuat tim Jawa Pos Multimedia ekstra teliti untuk memantau televisi jaringannya tersebut. Hingga akhirnya, muncullah inisiatif untuk membuat aplikasi khusus yang dapat menayangkan televisi jaringannya sekaligus. Dengan tujuan awal, untuk memudahkan proses pengawasan atau *monitoring* dari pusat tim Jawa Pos Multimedia yang berada di Jakarta. Konsep monitoring yang dipantau tim Jawa Pos Multimedia adalah, mengawasi kualitas teknis dan kebutuhan *marketing*. Untuk mengawasi kualitas teknis televisi-televisi jaringan apakah sudah sesuai dengan standar yang dikeluarkan JPM atau belum. Untuk *report* dan *recording* iklan yang selanjutnya dijadikan bukti tayang yang diserahkan pada klien atau pengiklan.

JPM Stream lalu diluncurkan pada 26 Oktober 2016, JPM Stream dapat dinikmati dengan mengunduh aplikasinya di *Google Play Store*, atau dapat dinikmati dengan *Android Phone*. Berpusat di Gedung Graha Pena Jawa Pos Lt. 3, Jl. Kebayoran Lama no. 12, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan.

Gambar 2.3 Tampilan aplikasi JPM STREAM via smartphone



Sumber : *Company Profile* Jawa Pos Multimedia

2. Konten JPM Stream

Aplikasi JPM Stream memiliki total 30 kanal, yang merupakan televisi-televisi jaringan Jawa Pos Grup. Keterangan mengenai kanal yang ada dalam *platform* aplikasi TV *streaming* JPM Stream, serta program dan durasi siar akan lebih jelas dengan keterangan tabel dibawah ini :

Tabel 2.1 Daftar Kanal di Aplikasi JPM Stream

NO	KANAL	DAERAH
1	JPM Stream	<i>Digital</i>
2	JAWAPOSTV	Jakarta
3	JTV	Jawa Timur
4	PAL TV	Palembang
5	BETV	Bengkulu
6	NIRWANA TV	Bali
7	SIMPANG5TV	Jawa Tengah
8	RCTV	Cirebon
9	BATAM TV	Batam
10	B-TV	Balikpapan
11	RIAU TV	Pekanbaru
12	PADANGTV	Padang
13	RBTv	Bengkulu
14	RADARTV	Lampung
15	SBOTV	Surabaya
16	KAWANUATV	Manado
17	JEKTV	Jambi
18	STV	Samarinda
19	PONTV	Pontianak
20	SultraTV	Sulawesi Tenggara

21	Kids & Stream	<i>Digital</i>
22	PJTV	Bandung
23	BANTENRAYA TV	Banten
24	FAJAR TV	Makassar
25	JAMBI TV	Jambi
26	CITRA TV	Lamongan dan Tuban
27	MAGELANG TV	Magelang
28	RADAR TV	Palu Sulteng
29	SKTV	Sumedang
30	LIVE EVENT	<i>Streaming</i>

Sumber : Data yang diperoleh peneliti

Selain mengintegrasikan televisi *terrestrial* jaringan Jawa Pos Grup, juga terdapat kanal digital dan *streaming*. Maksud dari kanal digital, adalah *channel* tersebut bukan *channel* yang menggunakan radar untuk menyebarkan kontennya. Tetapi melalui bantuan *software* dan *hardware* komputer untuk menyebarkan program. *Channel* JPM Stream merupakan televisi digital dengan program-program yang menarik. Sedangkan *channel* Kids & Stream, adalah *channel* khusus anak-anak yang masih dalam tahap uji coba tayang, dimulai sejak 8 Juli 2019. Selanjutnya adanya *channel streaming*, *channel* ini hanya khusus untuk menayangkan program *live streaming* suatu acara atau *event*. Ketiga *channel* tersebut, hanya dapat dinikmati melalui aplikasi JPM Stream.

3. Logo JPM Stream

Gambar 2.4 Logo JPM Stream



Sumber : Dokumen tim JPM Stream