



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

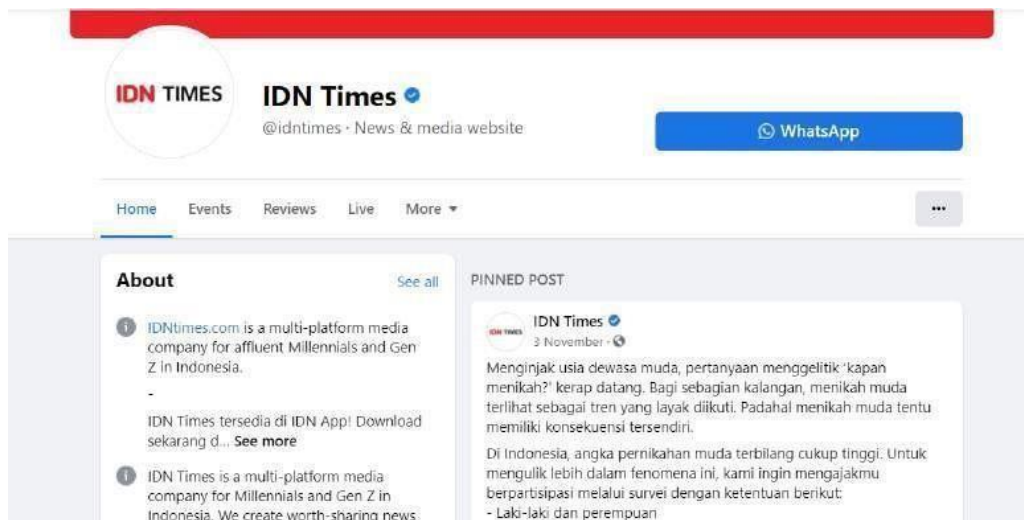
2.2.1 Data Umum *IDN Times*

Nama Perusahaan	: PT Media Putra Nusantara (IDN Media)
Nama Media	: <i>IDN Times</i>
Alamat	: IDN Media HQ Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 27 16th Floor, RT.3/RW.3, Kuningan, Jakarta, Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta
Nomor Telepon	: +622122123888
Laman Web	: www.idntimes.com
Slogan	: <i>The Voice of Millennials and Gen Z</i>
Media Sosial	:
1. Facebook	: @idntimes
2. Instagram	: @idntimes
3. TikTok	: @idntimes
4. Twitter	: @idntimes
5. YouTube	: <i>IDN Times</i>



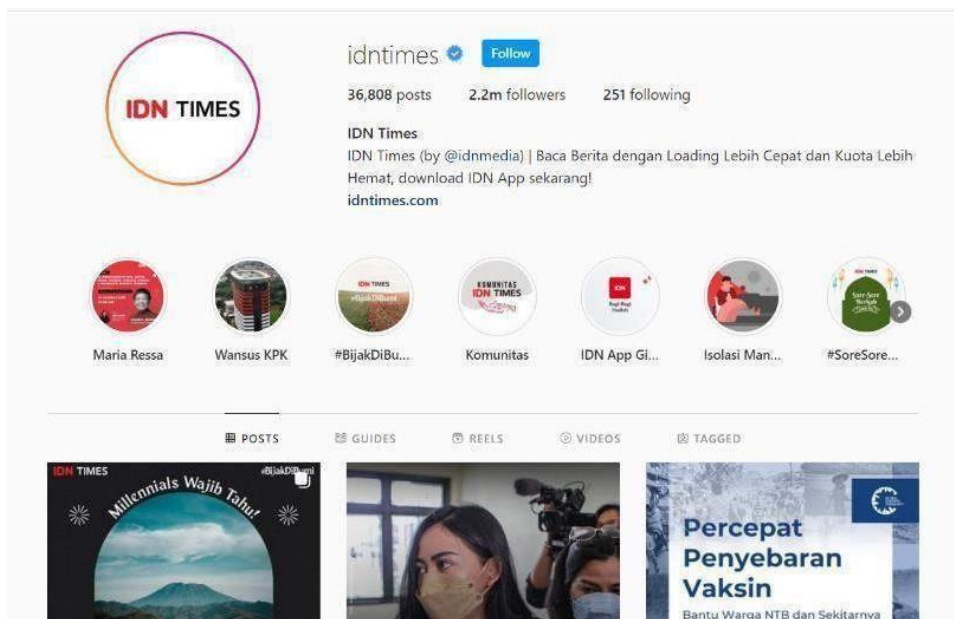
Gambar 2.1 Tampilan Laman Web *IDN Times*

Sumber: www.idntimes.com (2021)



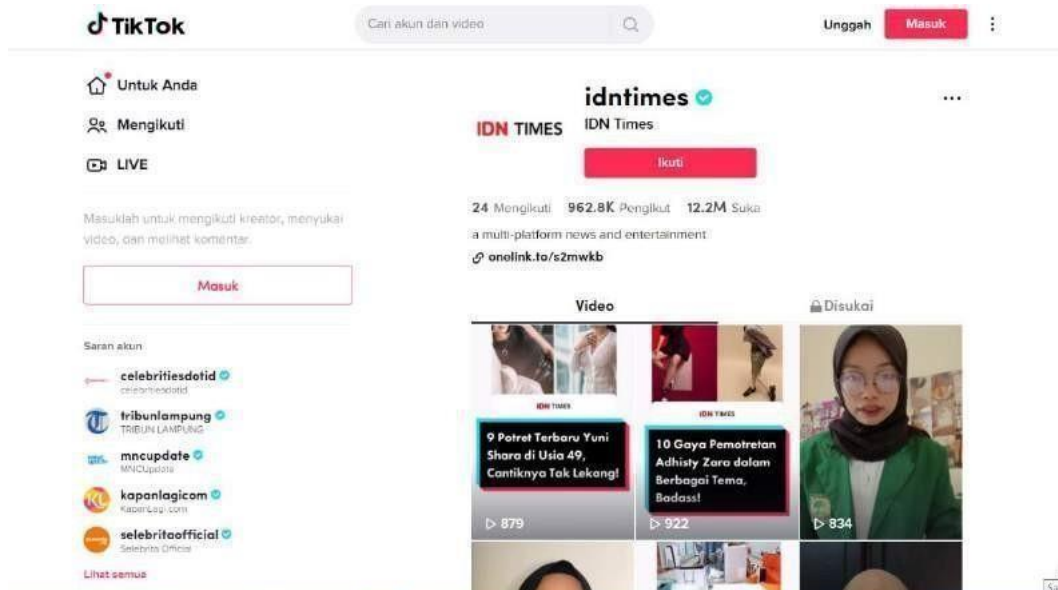
Gambar 2.2 Tampilan Laman Facebook *IDN Times*

Sumber: facebook.com/idntimes (2021)

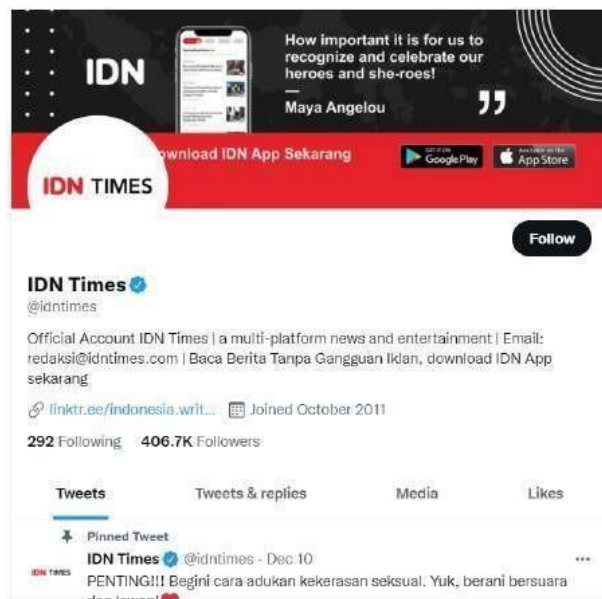


Gambar 2.3 Tampilan Laman Instagram *IDN Times*

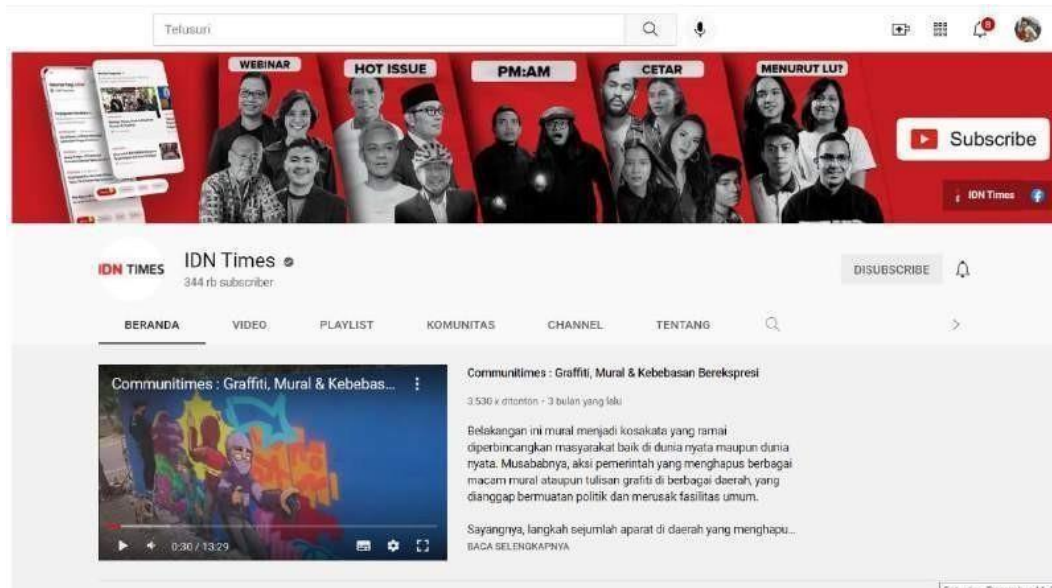
Sumber: instagram.com/idntimes (2021)



Gambar 2.2 Tampilan Laman Tiktok *IDN Times*
 Sumber: tiktok.com/@idntimes (2021)



Gambar 2.3 Laman Twitter *IDN Times*
 Sumber: twitter.com/idntimes (2021)



Gambar 2.4 Tampilan Kanal YouTube *IDN Times*

Sumber: youtube.com/Idntimes (2021)

2.2.2 Sejarah IDN Media dan *IDN Times*

IDN Media didirikan oleh Winston Utomo dan William Utomo pada 8 Juni 2014 dan resmi membuka kantor IDN Media Creative Lab Surabaya pada 27 Agustus 2014. Tiga tahun setelah berdiri, Winston Utomo kemudian membuka kantor IDN Media Creative Lab Jakarta pada 16 Februari 2017 guna melebarkan sayap IDN Media. Selanjutnya, pada 16 Oktober 2019, IDN Media kembali pindah ke sebuah gedung kantor baru yang dinamai IDN Media HQ di daerah Gatot Subroto, Kuningan, Jakarta Selatan (Rosary, 2020, para. 1).

Setelah tujuh tahun berdiri, kini IDN Media telah menaungi enam media digital, yaitu *IDN Times*, *Popbela.com*, *Popmama.com*, *Duniaku.com*, *GGWP.ID*, dan *Fortune*. IDN Media juga mengoperasikan dua buah platform, yakni *IDN* dan *Yummy*. Selain bergerak di industri media digital, IDN Media juga memiliki beberapa anak perusahaan di bidang komersial seperti IDN Creative, IDN Creator Network, IDN Event, IDN Research Institute, IDN Pictures, dan IDN Programatic OOH. Tidak hanya itu, IDN Media juga memiliki organisasi sosial nirlaba yang dinamai IDN Foundation (IDN Media, n.d., para. 5).

IDN Times merupakan salah satu media digital naungan IDN Media yang menyasar generasi milenial dan generasi-z sebagai target audiens mereka. Hal ini tergambar jelas melalui slogan “*IDN Times: The Voice of Millennials and Gen Z*” yang terpampang pada laman web mereka. Oleh karena itu, pemberitaan yang *IDN Times* lakukan lebih banyak berfokus pada isu-isu yang terkait dengan generasi milenial dan generasi-z. Selain itu, *IDN Times* juga merupakan media daring yang bergerak sebagai multiplatform *news* sehingga *IDN Times* banyak memanfaatkan situs daring dan juga mediasosial sebagai wadah penampung produk jurnalistik mereka.

Menyasar generasi milenial sebagai target audiens mereka, *IDN Times* berupaya berkembang bersama target pasar mereka. Media ini juga memiliki fokus dalam pemberitaan yang disesuaikan dengan preferensi milenial dan generasi-z. Hal ini selaras dengan tujuan *IDN Times* untuk mengedukasi kedua generasi ini untuk mulai mengonsumsi berita (Bella, 2018).

Dalam menyajikan informasi di setiap artikelnya, *IDN Times* menggunakan format penulisan artikel dalam bentuk *listicle*. Ini merupakan format tulisan yang membagi informasi ke dalam beberapa poin agar pembaca mampu memahami artikel dengan lebih cepat dan nyaman. Setiap poin informasi dituntut mengandung informasi yang ringkas, padat, jelas, dan mudah dimengerti. Selain berisi tulisan *listicle*, artikel-artikel di *IDN Times* juga menyajikan foto atau video sebagai pelengkap informasi. Beberapa artikel *IDN Times* juga terkadang diolah kembali menjadi bentuk konten lain layaknya video singkat atau infografis yang biasanya akan diunggah di Instagram.

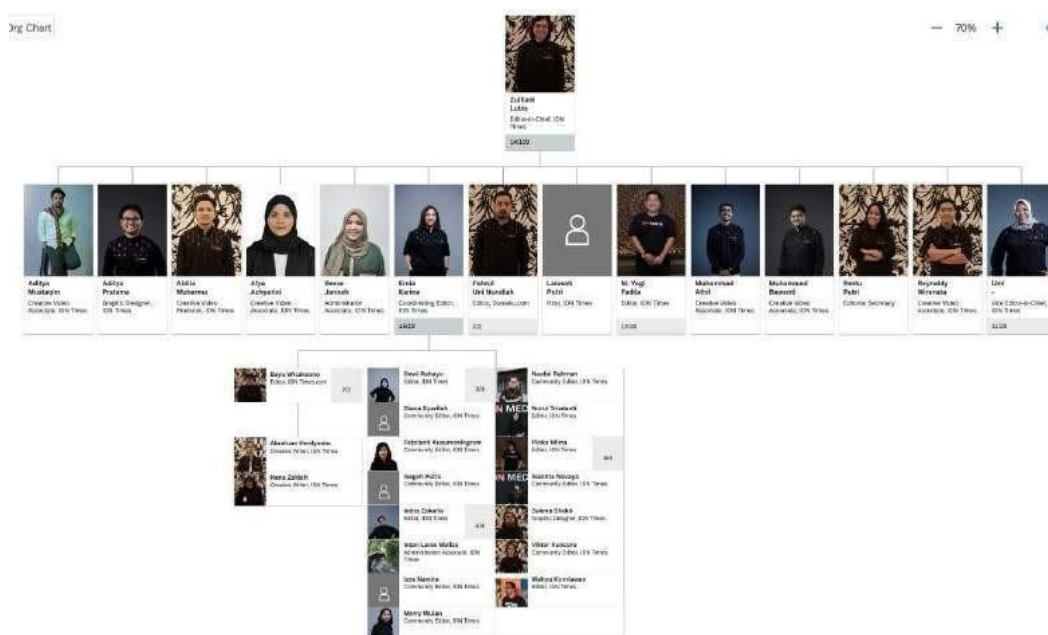
Guna memperluas jangkauan serta menyediakan akses informasi yang merata bagi generasi milenial dan generasi-z di seluruh Indonesia, *IDN Times* mengembangkan sejumlah media hiperlokal yang lebih berfokus dalam mengangkat isu atau peristiwa yang terjadi di daerah. Media hiperlokal tersebut dapat mencakup *IDN Times Jabar*, *IDN Times Banten*, *IDN Times Jateng*, *IDN Times Jogja*, *IDN Times Jatim*, *IDN Times Bali*, *IDN Times Sumut*, *IDN Times Sulsel*, *IDN Times Kaltim*, *IDN Times Sumsel*, *IDN Times Lampung*, dan *IDN Times NTB*.

2.2.3 Visi dan misi IDN Media

Setiap perusahaan pasti memiliki visi dan misi, demikian pula dengan IDN Media. Dalam situs web IDN Media, disebutkan bahwa Winston Utomo dan William Utomo sebagai pendiri memiliki visi untuk mendemokrasi akses pada informasi serta membawa dampak positif di masyarakat. IDN Media percaya bahwa akses informasi yang relevan dan berkualitas merupakan hak setiap warga negara Indonesia, mulai dari Aceh sampai Papua. Oleh karena itu, IDN Media melalui *IDN Times* memiliki misi untuk menyediakan informasi positif yang bisa diakses semua orang untuk Indonesia yang lebih baik.

Untuk mendukung perwujudan visi dan misi ini, terdapat delapan nilai yang dipegang oleh IDN Media. Delapan nilai tersebut adalah kesetaraan gender, persatuan dalam berbagai ras dan etnis, persatuan dalam berbagai agama, persatuan dalam pandangan dunia yang berbeda, anti-kekerasan seksual, anti-*bullying*, anti-*stereotyping*, dan mendefinisikan ulang kecantikan.

2.2.4 Struktur Redaksi *IDN Times*

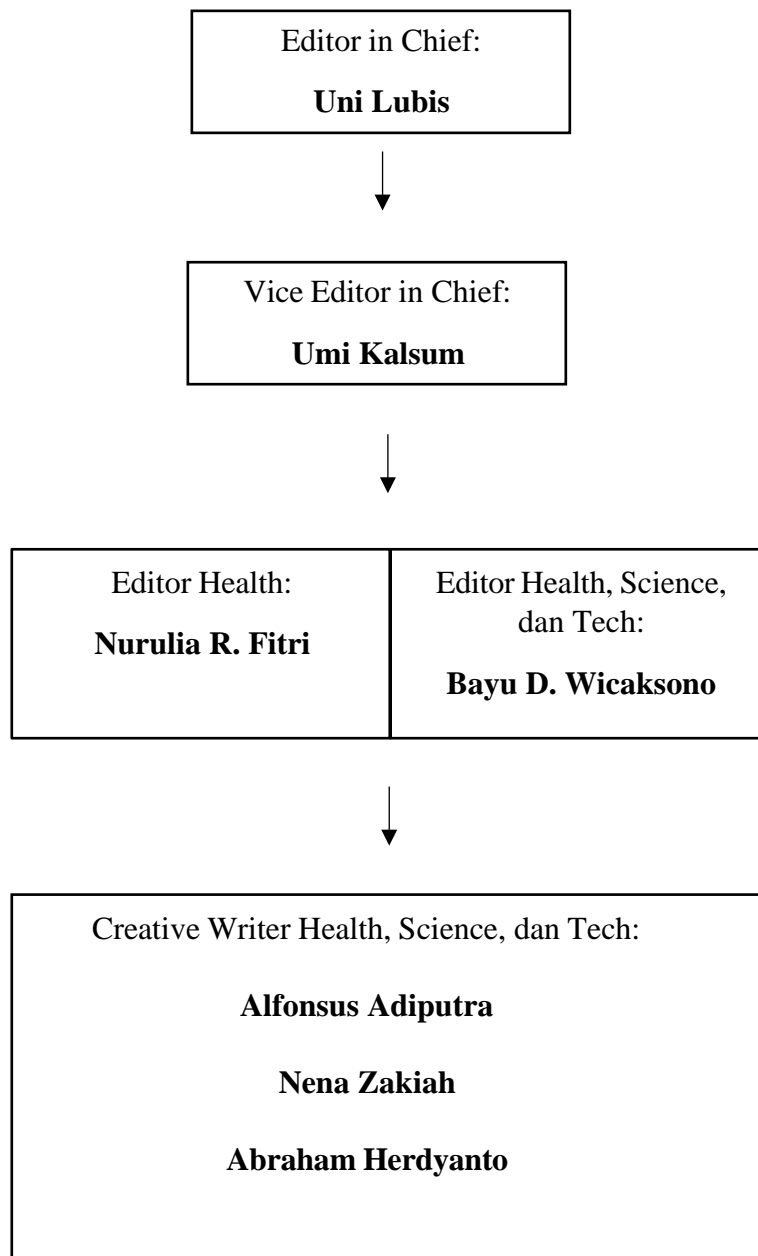


Gambar 2.5 Struktur Redaksi *IDN Times*
 Sumber: Sekretaris Redaksi *IDN Times* (2021)

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

IDN Times memiliki beberapa rubrik atau kanal seperti *News, Business, Sport, Science, Tech, Hype, Health, Life, Korea, Automotive, Men, Food, Fiction*, dan *Travel*. Selama melaksanakan praktik kerja magang, penulis bekerja sebagai penulis artikel dan ditempatkan di rubrik *Health*, sebab memang penulis melamar untuk posisi tersebut. Sebagai penulis artikel untuk rubrik kesehatan, penulis bertugas untuk memproduksi artikel yang berkaitan dengan dunia kesehatan.

Rubrik *Health* dibagi kembali menjadi tiga kategori yang lebih spesifik, yakni *Fitness, Medical*, dan *Sex*. Kategori *Fitness* biasanya akan membahas isu kesehatan yang berhubungan dengan menjaga kebugaran tubuh, layaknya manfaat olahraga, pola makan yang sehat, pola hidup, manfaat kesehatan makanan atau minuman tertentu, dan lain sebagainya. Kemudian, kategori *Medical* lebih berfokus pada artikel kesehatan yang membahas seputar informasi tentang penyakit dan obat-obatan. Sementara itu, kategori *Sex* lebih banyak membahas berbagai informasi terkait seks dan kesehatan alat kelamin.



Gambar 2.6 Susunan Editorial Rubrik *Health, Science, dan Tech*

Sumber: Dokumen *IDN Times*

Selama proses kerja magang, penulis didampingi oleh dua editor, yaitu Nurulia R. Fitri sebagai editor Health dan Bayu D. Wicaksono sebagai editor Health, Science, dan Tech. Akan tetapi, selama proses praktik magang, penulis lebih banyak dibimbing oleh Nurulia R. Fitri atau yang kerap penulis sapa dengan Ruri. Editor memiliki tanggung jawab akan seluruh konten artikel yang akan

dipublikasikan serta berperan dalam penyuntingan artikel. Oleh sebab itu, editor berhak menolak ide artikel yang dianggap kurang menarik atau sudah pernah dituliskan sebelumnya. Kemudian, editor juga dapat memberikan penugasan berupa liputan atau juga topik artikel tertentu kepada penulis.