Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB II

GAMBARAN UMUM KIDNESIA.COM

2.1. Profil Perusahaan

Kelompok Media Anak (KMA) adalah kelompok yang bernaung dalam Gramedia Majalah. Di dalamnya bergabung tujuh unit bisnis yaitu: Unit Bobo, Unit Mombi, Unit Ori, Unit Disney, Unit XY Kids, Sanggar Kreativitas Bona, dan Klub Bobo. Produk utamanya adalah majalah mingguan (Bobo), majalah dwimingguan (Mombi, XY Kids, Girls, dan Bobo Junior), majalah bulanan (Ori, Kreatif), pendidikan anak usia dini (Sanggar Kreativitas Bona), dan penggarapan komunitas pembaca Bobo (Klub Bobo).

Gambar 2.1. Gambar Unit Usaha Media Anak Kompas Gramedia Majalah

Pembeda produk kelompok media anak terletak pada nilai kredibiltas, di mana masyarakat percaya kepada kualitas produk. Bahkan secara turun temurun mereka menggunakan produk dari merek yang sama, contohnya majalah Bobo yang sudah dibaca oleh tiga generasi. Majalah Bobo telah terbukti selama 36 tahun menjadi bacaan yang disukai anak-anak serta dipercaya oleh orang tua dan guru. Menurut profil perusahaan Kompas Gramedia Majalah, sebagian besar majalah anak di KMA menduduki posisi *market leader* (dalam waktu yang cukup lama)

Meskipun sampai sekarang masih menjadi *market leader*, namun KMA tidak boleh tinggal diam dengan hadirnya produk substitusi yang semakin murah dan menarik. Produk substitusi, yang paling besar pengaruhnya adalah produk substitusi berbasis digital (internet dan telepon genggam).Pertumbuhannya sejak lima tahun terakhir ini sangat luar biasa dan sudah mulai merambah ke kalangan anak-anak usia SD. Trend digital mulai menjadi gaya hidup dan kebutuhan bagi anak-anak, terutama untuk mengerjakan tugas-tugas sekolah dan untuk memperoleh hiburan.

Sebagai media anak terbesar di Indonesia yang berpengalaman dalam menyediakan informasi dan hiburan bagi anak-anak, sudah saatnya KMA membangun sebuah situs untuk anak-anak.Hal ini sesuai dengan strategi jangka panjang SBU Gramedia Majalah yaitu memperluas bisnis ke arah multimedia.

Dari survey *habit* anak berinternet yang dilakukan Riset Gramedia Majalah, tampak pula bahwa belum ada situs untuk anak yang lengkap yang dapat dijadikan referensi oleh anak-anak. Saat ini, situs untuk anak-anak Indonesia yang ada hanya

Praktik jurnalisme online..., Gisela Niken Kusumawardani, FIKOM UMN, 2014

terbatas pada situs yang menampilkan soal-soal pelajaran sekolah, situs yang memberikan informasi mengenai pengetahuan umum, dan situs yang menampilkan *entertainment (game online*). Selain itu, sebagian besar situs anak tersebut belum terintegrasi dengan media print dan kegiatan off-air.

Tercantum pula dalam hasil riset tersebut, sebagian besar anak pengguna internet senang melakukan *googling* (menggunakan mesin pencari google) untuk mencari informasi. Situs yang sering mereka akses adalah situs untuk umum (bukan untuk anak-anak) seperti facebook, youtube, game online, detik.com, dan situs-situs dari luar negeri.

Melihat kondisi seperti ini dan mengingat kapabilitas KMA dalam menangani media anak, KMA merasa tertantang untuk membangun situs terbesar, terlengkap, dan terpercaya bagi anak-anak Indonesia. Maka dari itu, Kidnesia.com hadir untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Penciptaan merek dilakukan setelah mendapat gambaran target segmen dan konsep produk. Merek yang digunakan adalah yang dapat mewakili konten, target pembaca, industri, dan tentunya yang masih ada di dunia internet. Akhirnya diputuskan menggunakan nama **kidnesia.com** dengan pertimbangan sebagai berikut:

1. Kidnesia, mudah diingat, mencerminkan produk untuk anak, berkesan modern, dinamis, dan enak didengar (*earcatchy)*
2. Kidnesia, merupakan singkatan dari **kid** dan Indo**nesia**

Praktik jurnalisme online..., Gisela Niken Kusumawardani, FIKOM UMN, 2014

3. Kidnesia, mencerminkan situs berisi pengetahuan Indonesia untuk anak-anak
4. Kidnesia dapat dijadikan *umbrella brand* bagi semua media anak di kelompok Gramedia Majalah

Gambar 2.2. Logo Kidnesia.com

2.1.2. Rubrikasi Kidnesia.com

Sebagai media online Kidnesia.com memiliki rubrikasi. Secara umum Kidnesia.com menaungi empat brand media anak yang ada di bawah Kompas Gramedia Majalah yaitu Bobo (bobo.kidnesia.com), Girls (girls.kidnesia.com), XY!Kids (xykids.kidnesia.com), dan Mombi Kidnesia sendiri memiliki sebuah *channel* tersendiri dengan situs web www.kidnesia.com

Praktik jurnalisme online..., Gisela Niken Kusumawardani, FIKOM UMN, 2014

Rubrikasi di dalam Kidnesia.com itu sendiri adalah:

1. Indonesiaku : Rubrik ini berisi mengenai semua informasi seputar Indonesia seperti kebudayaan, kuliner, alat musik, rumah adat dan lain-lain. Di dalam channel ini terdapat pula sub-rubrik yaitu Teropong Daerah, Jalan-jalan dan Fotonesia. Teropong Daerah berisi informasi seputar budaya, sejarah, hasil bumi serta tokoh seluruh provinsi di Indonesia. Jalan-jalan berisi informasi tempat di Indonesia yang bagus dan cocok untuk dikunjungi anak-anak. Fotonesia berisi kumpulan foto seputar Indonesia.

2. Dari Nesi : Rubrik ini berisi berbagai konten yang baik bagi anak-anak. Beberapa sub- rubrik ada di dalam rubrik ini yaitu Sekitar Kita dan Nesiana. Sekitar Kita berisi konten yang memuat informasi di sekitar anak-anak seperti soal teknologi, sains dan pengetahuan umum yang lain. Nesiana adalah tulisan dari redaksi yang memiliki tema sesuai dengan hari yang sedang diperingati atau peristiwa-perstiwa penting.

3.Kidnesia TV: Rubrik ini berisi video-video yang dibuat oleh Kidnesia ataupun brand media anak lain. Video biasanya berisi liputan kegiatan tertentu atau tips yang menarik untuk anak-anak

Praktik jurnalisme online..., Gisela Niken Kusumawardani, FIKOM UMN, 2014

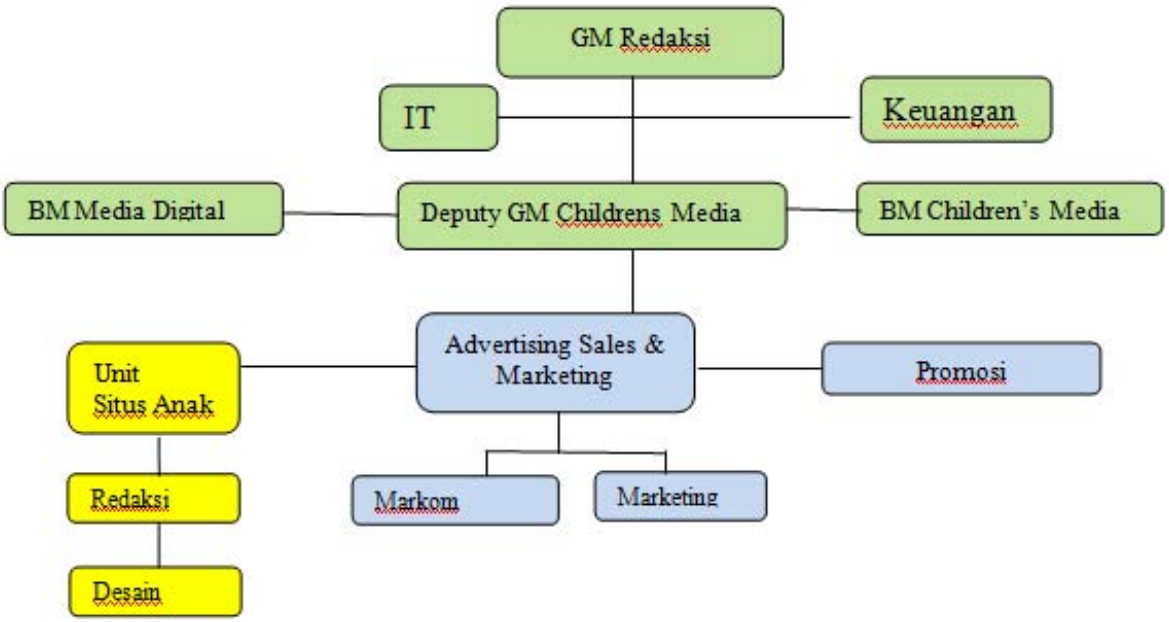
2.2. Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Organisasi situs anak ini menggunakan struktur matriks yaitu struktur yang terdiri dari lintas unit, yakni Unit Media Digital, Publisher (Redaksi Bobo, Mombi, Ori, Disney, XY Kids, Sanggar Bona, dan Klub Bobo), dan Tim Marketing yang terdiri dari AE, Marketing *Planning* dan *Event.* Proyek ini berada di bawah tanggung jawab Direktur Kelompok Gramedia Majalah,sedangkan pelaksanaanproyek berada di bawah Deputy GM Childrens Media/KMA, dibantu oleh *business manager* (BM), dan para *editor in chief*. Untuk pelaksanaan bisnis dan pengadaan teknologi digitalnya, berkoordinasi dengan unit media digital.

Untuk pengadaan dan pemeliharaan (*updating)* produk, ditunjuk seorang Pemimpin Redaksi Online yang bertanggung jawab langsung kepada Deputy GM yang selanjutnya dalam pelaksanaannya dibantu oleh tim reporter dan *web desainer*. Pemimpin Redaksi online juga dibantu oleh seorang sekretaris dan petugas dokumentasi, untuk menangani masalah administrasi dan pendokumentasian/pembentukan database. Posisi penulis ada di bawah Pemimpin Redaksi Online, dimana penulis adalah reporter Kidnesia.com yang memiliki tugas mengisi konten situs web Kidnesia.com

Untuk pelaksanaan promo dan pencarian iklan, proyek ini melibatkan *Advertising Sales and Marketing (ASM)*dari bagian Iklan Majalah yang berkoordinasi dengan Deputy GM, BM dan dibantu oleh staf promosi dari bagian Media Digital.

Praktik jurnalisme online..., Gisela Niken Kusumawardani, FIKOM UMN, 2014



Gambar 2.3. Struktur Ogranisasi Kidnesia.com