

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

Fimela merupakan media berita yang bergerak dalam bidang *entertainment & lifestyle* dengan kanal berita yang berisikan *fashion, parenting, news & entertainment, beauty, dan lifestyle*. Pada awalnya Fimela berdiri sendiri dengan nama perusahaan Fimela Network, yang didirikan oleh Ben Subiakto dan Dian M. Soedarjo. Fimela Network merupakan media yang membagikan informasi seputar kecantikan, dan gaya hidup yang memiliki unit bisnis Fimela.com, Sooperboy.com, dan Muvila.com. Fimela Network melakukan merger dengan KapanLagi Network pada tahun 2014 menjadi dan berubah menjadi KapanLagi Youniverse.

Gambar 2.1 Logo Fimela



Sumber: Fimela.com

KapanLagi Youniverse atau disebut KLY adalah dunia berita yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan berita harian. KLY memilih untuk menerbitkan ribuan berita terbaru dan terpercaya setiap hari. KLY juga membantu merek untuk menyampaikan informasi dan edukasi tentang produk mereka kepada *audiens* dengan benar. Youniverse memiliki arti dunia yang tercipta di sekitar diri. Termasuk melalui keadaan, pilihan sehari-hari, teman yang Anda pilih, dan cara menggambarkan diri sendiri kepada orang lain.

KapanLagi Youniverse memiliki 6 unit bisnis yaitu liputan 6, merdeka.com, KapanLagi.com, Fimela, Bola.net, dan Bola.com dibagi menjadi 3 kategori unit bisnis yang terdiri dari *news, entertainment & lifestyle, dan sport*. Fimela masuk dalam kategori *entertainment & lifestyle* dengan segmentasi *target audience* wanita

usia 20 tahun – 35 tahun yang menyukai informasi-informasi seputar *fashion, beauty & lifestyle* dengan gaya kekinian.

Fimela memiliki 5 kanal yang dapat diakses dan dibagikan:

1. *Fashion*, artikel berisikan berita mengenai tren-tren dunia *fashion* dalam negeri maupun luar negeri
2. *Parenting*, artikel berisikan berita mengenai ibu dan anak, seperti tips-tips atau informasi seputar cara merawat anak.
3. *News & entertainment*, artikel berisikan berita mengenai artis- artis baik dalam negeri ataupun luar negeri.
4. *Lifestyle*, artikel di dalamnya berisi berita mengenai gaya hidup, hubungan, resep menu masakan, dan zodiak.
5. *Beauty*, artikel di dalamnya berisi berita mengenai tips menjaga kesehatan dari ujung rambut hingga ujung kaki.

2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

2.1.1.1 Visi

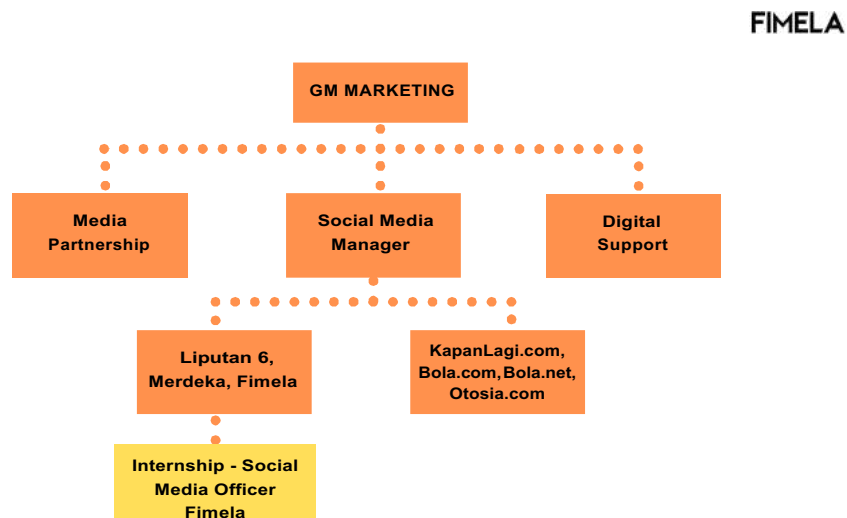
Menjadi perusahaan media *online* nomor satu di Indonesia yang menghadirkan solusi 360° melalui konsep digital dengan pendekatan yang terintegrasi dan komprehensif.

2.1.1.2 Misi

Meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui teknologi, inovasi, dan layanan *online* di era *digital* dan bertujuan untuk menjadikan masyarakat lebih cerdas dan berpengetahuan.

2.1.2 Stuktur Organisasi Perusahaan

Gambar 2.2 Struktrur Organisasi Fimela



Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Peserta kerja magang bekerja di bawah divisi *marketing* pada bagian media sosial sebagai *Social Media Officer*. Bekerja sebagai *social media officer*, peserta kerja magang bertanggung jawab atas kegiatan *Social Media Marketing* portal berita Fimela. Selama bekerja peserta kerja magang diawasi oleh Eko Setiawan selaku *Social Media Manager* dan Esti Kurniasih selaku *Social Media Leader* khususnya *Marketing Traffic* liputan6, merdeka, dan Fimela. Seluruh tugas yang dikerjakan oleh peserta kerja magang diberikan dan diperiksa langsung oleh Esti Kurniasih.

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Fimela berada dibawah divisi *marketing* bagian *social media*. Kegiatan yang dilakukan divisi *Marketing Social Media* Fimela adalah mendistribusikan berita artikel Fimela melalui media sosial resmi Fimela yaitu Facebook dan Instagram. Tujuannya adalah meningkatkan jumlah *reader engagement* dari artikel-artikel berita Fimela. Cara pendistribusian artikel sendiri dengan menggunakan *caption* untuk menarik pembaca berita membuka dan meningkatkan kunjungan artikel-artikel yang ada di website Fimela. Divisi ini juga melakukan *monitoring*

engagement dan *review* terkait konten yang diunggah untuk melihat konten atau artikel mana yang lebih digemari oleh para pembaca.

Divisi ini berkoordinasi dengan beberapa divisi bagian lainnya seperti tim redaksi, *marketing communication*, IT, *research and data*, *product*, dan juga *finance*. Contoh bentuk koordinasi antar divisi *social media* adalah dengan tim redaksi yang dimana hasil *monitoring* yang didapat oleh tim *social media* mengenai isu yang sedang ramai di kalangan pembaca akan dijadikan bahan referensi untuk tim redaksi untuk menghasilkan berita sesuai dengan keinginan pembaca

Divisi *marketing* bagian *social media* juga bertanggung jawab atas acara tahunan Fimela yang tahun ini berlangsung secara *virtual*, sehingga tim dari *social media* selama acara adalah membuat *campaign* guna meningkatkan *awareness* acara Fimela yang diselenggarakan secara *virtual*. *Campaign* yang dilaksanakan berupa *giveaway*, *sharing session* dengan menghadirkan pembicara-pembicara yang sesuai dengan tema acara.