

## BAB II

### GAMBARAN UMUM KAPANLAGI YOUNIVERSE

#### 2.1. Profil Perusahaan

KapanLagi Youniverse atau disebut juga dengan KLY merupakan media berita daring yang menyajikan berita-berita harian pilihan dan terpercaya. Youniverse sendiri memiliki arti dunia yang Anda ciptakan di sekitar Anda, seperti keadaan, pilihan sehari-hari, teman-teman yang Anda pilih, atau bagaimana cara Anda menggambarkan diri Anda kepada orang lain. KapanLagi Youniverse juga menyediakan wadah bagi *brand* yang berkeinginan untuk menyampaikan informasi atau memberikan edukasi kepada khalayak yang tepat mengenai produk yang mereka tawarkan.

Gambar 2.1. Logo KapanLagi Youniverse



Sumber: KapanLagi Youniverse, 2020

Terbentuk pada 28 Februari 2003, KapanLagi Youniverse telah melakukan tiga kali pergantian nama. Nama perusahaan pertama kali di tahun 2003 adalah PT KapanLagi Group, kemudian menjadi PT Fimela Network pada tahun 2010, dan menjadi PT KapanLagi Network pada tahun 2014. Berdiri sebagai *platform* berita, KapanLagi Youniverse terbagi menjadi 3 vertikal yang terdiri dari *news*, *entertainment&lifestyle*, dan *sports*.

#### 1. *News*

- a. Liputan6 : Media berita online yang berfokus pada peristiwa
- b. Merdeka : Media berita online yang berfokus pada bidang politik.

#### 2. *Entertainment*

- a. Fimela : Media berita online khusus wanita yang berfokus pada bidang *fashion & lifestyle* dengan target khalayak kelas A.
- b. Kapanlagi : Media berita online dengan target khalayak kelas menengah.

### 3. *Sports*

- a. Bola.com : Media berita online yang membahas berita *sport* nasional
- b. Bola.net : Media berita online yang membahas berita *sport* internasional.

Tiap kategori yang ada pada unit usaha KapanLagi Youniverse dikelola oleh sumber daya yang ahli di bidang tersebut. Pada proses pelaksanaan kerja magang, peserta magang berkesempatan untuk menjadi bagian dari *social media team* Liputan6 dan Fimela. Liputan6 adalah media berita daring yang bergerak di bidang *news*, dan merupakan portal berita terpercaya dan telah terverifikasi oleh Dewan Pers Indonesia. Liputan6 merupakan media yang tidak memihak satu golongan politik tertentu dan bersifat non-partisipan. Melalui Facebooknya, Liputan6 berupaya untuk meningkatkan kunjungan pada *website* [www.liputan6.com](http://www.liputan6.com). Hal tersebut dicapai melalui publikasi konten berupa *link* berita resmi dari *website* yang disertai penulisan *caption* yang atraktif dan memperhatikan jenis berita beserta kategorinya.

Bergerak di bidang *news*, Liputan6 merupakan portal berita yang telah terverifikasi Dewan Pers Indonesia yang tidak bekerja untuk kepentingan politik manapun. Berbeda dengan Fimela, portal media bidang *entertainment* ini dikhususkan untuk wanita Indonesia yang modern dan bermobilitas tinggi, dengan pembahasan yang dekat dengan kehidupan wanita, misalnya di bidang *lifestyle*, *beauty*, *entertainment*, dll. Bergerak di bidang berita dan *lifestyle*, Liputan6 dan Fimela harus menghadapi kompetitor dengan media berita lainnya yang sejenis, diantaranya IDN Times, Metro TV, [viva.co.id](http://viva.co.id), Cosmopolitan, dll.

Liputan6.com memiliki lebih dari 20 kanal berita yang diidentifikasi menurut kategori artikel, diantaranya *News*, *Bisnis*, *Showbiz*, *Bola*, *Foto*, *Tekno*, *Cek Fakta*, *Video*, *Hot*, *Disabilitas*, *Citizen6*, *Health*, *Lifestyle*, dll. Sebagai peserta magang, peserta magang hanya diperkenankan membagikan konten dari beberapa kanal yang tidak sensitif, yaitu :

- 1) *Showbiz*, artikel di dalamnya berisi berita mengenai kehidupan atau peristiwa yang terjadi pada artis
- 2) *Citizen6*, artikel di dalamnya berisi berita ringan yang sedang viral di media sosial.
- 3) *Hot*, artikel di dalamnya berisi berita yang lebih ringan dari *Citizen6*
- 4) *Lifestyle*, artikel di dalamnya berisi berita mengenai gaya hidup, *fashion* mancanegara, turisme, dll.
- 5) *Health*, artikel di dalamnya berisi berita mengenai kesehatan, tips, dll.

Fimela merupakan media berita daring di bawah KapanLagi Youniverse yang bergerak di bidang *Entertainment & Lifestyle*. Dengan topik yang dekat dengan wanita seperti *Fashion & Beauty*, *News & Entertainment*, *Family & Relationship*, serta *Work & Lifestyle*, sasaran utama dari Fimela adalah wanita modern dengan mobilitas tinggi.

#### 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.

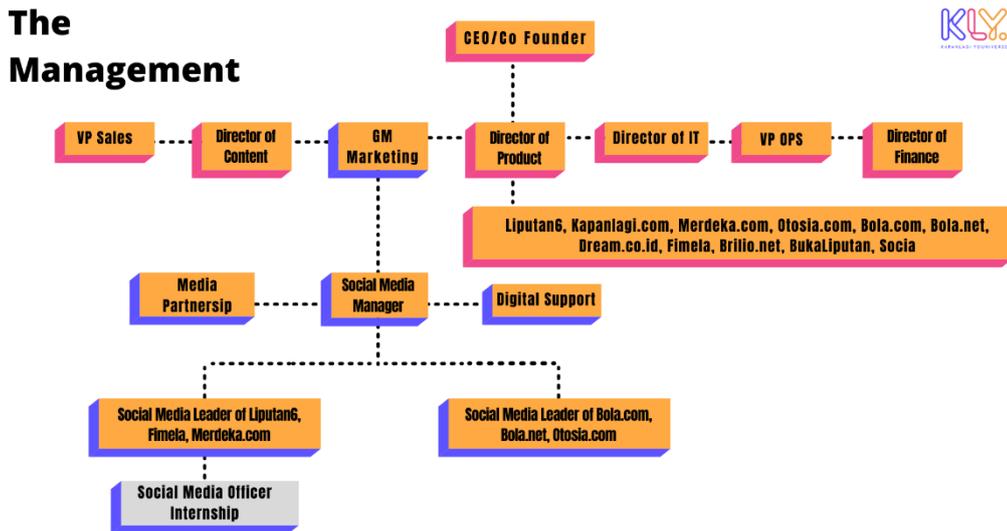
##### 2.1.1.2. Misi

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. Struktur perusahaan.

Berikut merupakan susunan struktur organisasi KapanLagi Youniverse yang tiap divisinya memiliki peran serta tanggungjawab masing-masing. Dalam pelaksanaan praktek kerja magang, peserta magang berada di bagian unit usaha KLY, yaitu Fimela dan Liputan6 bagian *social media officer*.

Gambar 2.2. Struktur Organisasi KapanLagi Youniverse



Sumber : Data olahan laporan, 2020

## 2.2. Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

KapanLagi Youniverse memiliki beberapa unit usaha, di antaranya Liputan6 dan Fimela. Masing-masing unit usaha tersebut memiliki divisi *social media* yang diatasi oleh *Social Media Manager*. Divisi *Social Media* pada Liputan6 dan Fimela memiliki tanggung jawab dalam melakukan distribusi artikel dari *website* ke seluruh *platform* media sosial, serta melakukan kurasi konten dari *website* yang layak di *posting* di media sosial Liputan6 dan Fimela. Tujuan dari kegiatan tersebut adalah untuk meningkatkan *awareness* sampai dengan *engagement* dari pengguna media sosial terhadap berbagai vertical media di KapanLagi Youniverse.

Divisi ini juga membuat *caption* dengan target yang telah ditentukan perharinya dengan tujuan mengajak *user* media sosial untuk masuk ke *website* Liputan6 dan Fimela untuk meningkatkan jumlah kunjungan terhadap artikel pada *website*. Divisi *social media* juga membuat *posting* untuk konten-konten pilihan di *platform* Facebook, Twitter, Instagram, dan Tiktok Liputan6 dan Fimela. Selain membuat konten, divisi *social media* juga melakukan analisa terhadap tiap konten yang di *posting*, yang kemudian dilakukan *review* untuk pemilihan konten yang lebih efektif.

Divisi *social media* banyak berkoordinasi dengan divisi lain, seperti redaksi, *marcomm*, produk, IT, *product marketing*, *research and data*, sampai dengan *finance*. Salah satu bentuk koordinasi antara divisi *social media* dengan divisi lain adalah pengamatan terhadap isu yang sedang berkembang di media sosial sebagai bahan referensi artikel bagi tim redaksi.