



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

PT Liputan Enam Dot Com merupakan anak perusahaan dari PT Kreatif Media Karya (KMK) dan KMK sendiri karena 99,99 persen sahamnya juga masih dimiliki oleh PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK), sehingga KMK menjadi anak usaha dari EMTEK. Tidak hanya KMK, 99,99 persen saham milik perusahaan penyedia konten, yaitu PT Kapan Lagi Networks (KLN) juga dimiliki oleh EMTEK. Akhirnya, pada tahun 2018 PT KMK dan PT KLN yang keduanya berada di bawah payung EMTEK memutuskan untuk bermitra bersama, bekerja sama mengelola konten media daring KLN dan beberapa media massa di bawah naungan PT KMK, sehingga terbentuklah KapanLagi Yoniverse (KLY).

KLY merupakan jaringan media terbesar di Indonesia yang memberikan solusi tidak terbatas dan *multi platform*. KLY juga memiliki tujuan untuk menjalin dan menjaga hubungan dengan *internet users*, membangun sentimen positif, menangkal berita hoax, dan menjaga kredibilitas informasi melalui saluran pemberitaan independen. KLY berharap dapat menjadi jawaban dari para *brand* yang ada. Dengan bukti-bukti ini mampu memperkuat KLY sebagai yang dicari oleh para *brand*. Berikut adalah beberapa yang harus diketahui oleh para *brand*; grup media *online* terbesar, pengikutnya di media sosial melebihi 50 juta orang, memperoleh 120 *unique visitors* dalam satu bulan, memiliki 49 lebih produksi artikel dalam satu bulan, dan 74 juta penonton dalam satu bulan. KLY juga menjadi grup media *online* dan jaringan media *online* terbesar di Indonesia, dengan segmentasi terlengkap, yaitu *News, Entertainment, Sport, dan Lifestyle*.

Sebuah perusahaan tentu memiliki *tagline* yang membangun semangat kerja para karyawannya. *The Biggest, The Unlimited. Let's Get Real; Your Real Brand for Real People, with Real Experience*. KLY ingin menyampaikan bahwa bertemu dengan orang-orang dapat melalui komunitas (OOTD Indo, Indovidgram, dll), *event* (XYZ Day, FIMELA Fest, dll), kolaborasi KOL (SOCIA, Famous.id, dll), dan *Home Tester Club*. Kemudian, dalam menciptakan pengalaman baru,

KLY memiliki *platform* video lokal, yaitu VIDIO. Bekerja sama dengan para klien KLY

juga mampu memberikan pengalaman bekerja sama dalam bidang multimedia dan produksi.

Adapun identitas sebuah perusahaan, seperti logo perusahaan. KapanLagi Yoniverse disingkat menjadi KLY, dan keduanya tercantum dalam *design* logo KLY.

Gambar 2. 1 Logo KapanLagi Yoniverse



Sumber: KapanLagi Yoniverse, 2018

2.2 Visi dan Misi

Disampaikan oleh CEO sekaligus *Co-Founder* dari KLY, Steve Christian, bahwa KLY memiliki visi dan misi sebagai berikut:

a) Visi

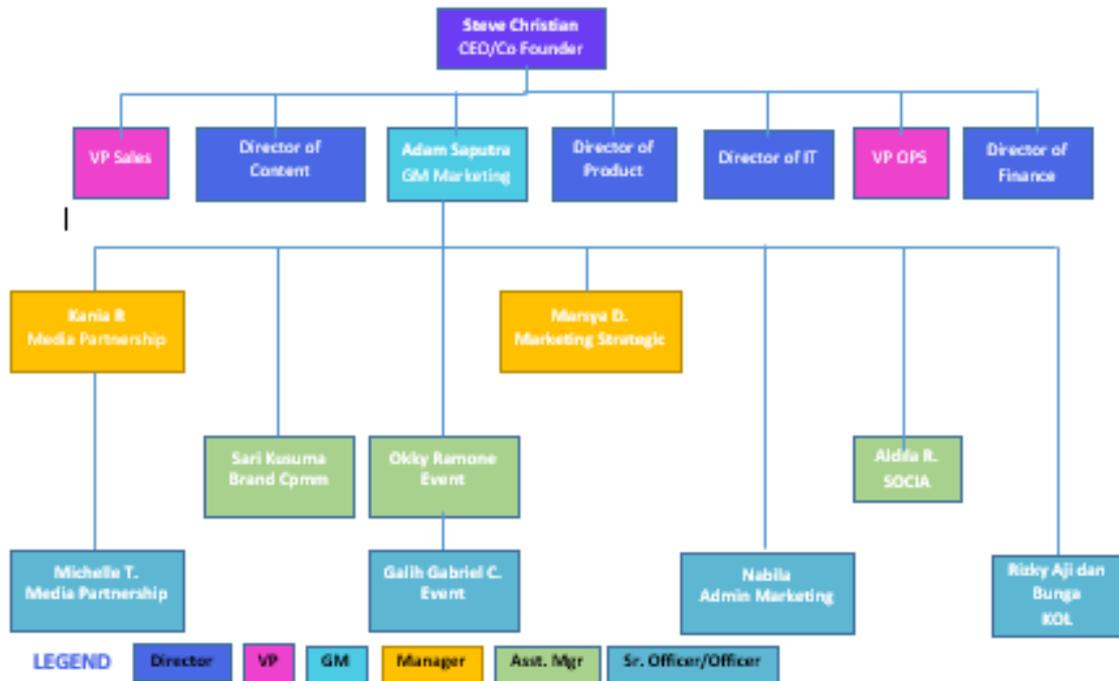
Meningkatkan taraf kehidupan masyarakat melalui adanya teknologi, inovasi, dan layanan *online* di era digital, serta memiliki tujuan menjadikan masyarakat yang lebih pintar.

b) Misi

Menjadi perusahaan *media online* nomor satu di Indonesia yang menyediakan 360 derajat solusi melalui konsep digital menggunakan pendekatan yang terintegrasi dan komprehensif. Pernyataan misi KLY tersebut diperkuat dengan bukti bahwa di tahun 2018 Indonesia memiliki 143 juta *internet users* dan 120 juta orangnya merupakan audiens dari KLY.

2.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Gambar 2. 2 Struktur Organisasi KLY



Sumber: KapanLagi Yoniverse

KapanLagi Yoniverse dipimpin oleh seorang *Chief Executive Officer* (CEO) yang bernama Steve Christian, bertugas untuk megemban tanggung jawab untuk memimpin dan mengambil keputusan atas seluruh anggotanya. CEO membawahi beberapa jabatan sesuai divisinya, yaitu *Vice President of Sales*, *Director of Content*, *General Manager Marketing*, *Director of Product*, *Director of Information & Technology*, *Vice President Operation (OPS)*, dan *Director of Finance*.

Selama melaksanakan kerja magang bekerja di bawah *General Manager Marketing*, tepatnya pada Divisi *Marketing Communication*, pada Tim SOCIA. Divisi *Marketing Communication* dipimpin oleh *General Manager* bernama Adam Saputra. Berikut adalah penjelasan mengenai divisi terkait *Marketing Communication*:

1) *General Manager*

Seorang *General Manager* Divisi *Marketing Communication*, bertugas untuk memimpin Divisi dan menjadi *motivator* untuk anggota. *General Manager* berhak untuk memantau setiap pekerjaan yang dikerjakan oleh setiap anggota, termasuk melihat dan mengikuti perkembangan Divisi SOCIA. Selain itu, sebagai *General Manager*, diawali dengan merencanakan ide besar terlebih dahulu, setelah itu diberikan kepada anggota divisi terkait untuk memberikan masukan dan ide lain yang relevan, sehingga anggotanya diberikan kesempatan untuk tetap aktif berinovasi.

2) *Media Partnership*

Tanggung jawab dari seorang *Media Partnership* lebih mengarah kepada koordinasi dengan para jurnalis atau wartawan media tertentu. Diawali dengan pemilihan media yang sesuai, pengajuan proposal kepada media, dan terakhir pembuatan *Memorandum of Understanding* (MOU), selebihnya adalah negosiasi antar pihak untuk mencapai keputusan yang dirasa menguntungkan pihak yang diajak bekerja sama demi menjalin *media realtion* lebih baik. Dalam setiap *event*, dibutuhkan oleh divisi acara untuk mencari media yang relevan dengan ide acara.

3) *Marketing Strategic*

Menjadi hal yang sangat penting untuk perusahaan di mana *Marketing Strategic* ini merupakan suatu cara untuk mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Divisi ini menjadi awal dari sebuah pelaksanaan kegiatan pemasaran. Mengetahui apa yang harus dilakukan, menginformasikan kepada konsumennya terkait produk atau jasa yang ditawarkan.

4) *Brand Communication*

Brand Communication memiliki tugas dalam membuat eksekusi dari sebuah ekspresi merek menjadi lengkap dan mampu berjalan dengan baik. Setelah penyusunan ekspresi

merek tersebut, kemudian diikuti dengan pengomunikasian merek yang baik pula.

5) *Event*

Sebagai seseorang yang menjadi penanggung jawab terlaksananya sebuah event. Maka tugas pertama mereka adalah meriset hal-hal terkait *event*. Melihat apa yang diinginkan atau dibutuhkan masyarakat, terlepas dari pengalaman pemimpin dalam menangani jenis acara apapun yang telah dipercayakan kepadanya. Setelah riset, diikuti dengan *brainstorming* dan berkonsultasi dengan klien dengan menyampaikan inovasi atau ide menarik yang direncanakan. Tidak lupa *event planner* juga harus menjadi seorang yang terbuka dan menerima segala bentuk masukan. Selanjutnya mengerjakan proposal, dengan segala rangkaian acara yang sudah direncanakan, diikuti dengan koordinasi dengan pihak pihak terkait dalam setiap rangkaian acara, dan terakhir ditutup dengan mengevaluasi apa yang telah dikerjakan apakah sudah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan klien, serta masyarakat. Jika belum tercapai, dapat dijadikan pengembangan *event* di tahun atau *event* selanjutnya.

6) SOCIA

Menjadi sebuah produk dan sekaligus *platform* yang menyediakan *influencers* untuk nano sampai micro *influencers*. Memiliki kaitannya dengan Divisi KOL, untuk menasar orang-orang yang mampu memberikan dampak baik untuk sebuah *brand*. Pada divisi inilah praktik kerja magang dilaksanakan, dan tepatnya pada Divisi *Social Media Officer* dan merangkap pada Divisi *Design*. Keduanya saling bersangkutan untuk menjalankan tugas di SOCIA, khususnya dalam pembuatan konten.

7) *Admin Marketing*

Admin Marketing bekerja dengan menyiapkan dan menyediakan segala kebutuhan administratif *marketing* atau *sales*, disesuaikan dengan *Standart Operational Procedur (SOP)* yang berlaku di KLY.

8) *Key Opinion Leader (KOL)*

Mencari dan menentukan KOL yang tepat untuk membawa klien milik KLY lebih baik dan KOL tersebut dapat memberikan dampak positif untuk para klien milik KLY. Divisi KOL juga bertanggung jawab dalam berkoordinasi dan menjalin relasi dengan KOL yang ada demi *future event* yang mungkin membutuhkan seorang yang mampu memberikan pengaruh kuat kepada audiens.