



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. Deskripsi Perusahaan

PT Cahaya Inspira Adiwangsa telah berdiri sejak tahun 2010. Tujuan utama CIA yaitu menjadi perusahaan yang bergerak mendukung ekosistem edukasi di Indonesia. Awal mula didirikan, CIA meletakkan fokusnya pada anak-anak, karena anak-anak adalah generasi penerus yang akan menjadi jawaban atas masalah-masalah di masa depan. CIA meyakini bahwa untuk mencapai target tersebut, anak-anak harus menjadi seseorang yang literat. Literat dalam hal ini bukan saja sebatas menulis dan membaca, namun juga kompeten dalam karakter, perilaku, serta dapat berbagi dengan individu lainnya. PT Cahaya Inspira Adiwangsa juga memiliki misi untuk menerangi manusia secara umum dan bangsa Indonesia secara khusus dengan menciptakan produk-produk serta program-program yang bernilai. Seperti yang divisualkan dalam logo CIA yang dapat diartikan sebagai cahaya mulia yang menginspirasi. Logogram dengan berbagai warna menyimbolkan pluralitas yang dimiliki oleh bangsa Indonesia. Sementara bintang bersudut delapan melambangkan segala kebaikan seperti kesatuan dan tidak terhingga.



Gambar 2.1. Logo PT Cahaya Inspira Adiwangsa

Sebagai bukti dari keseriusan CIA dalam misinya, CIA menaungi sebuah majalah anak-anak yang mengusung tema keberagaman Indonesia dan informasi aktual serta mendidik bernama “Majalah CIA” yang disingkat dari *Creativity in Action*. Majalah CIA adalah satu-satunya produk fisik di perusahaan ini. Pada mulanya Majalah CIA memiliki nama “Putera Bangsa”, lalu berganti nama menjadi “CIA” mulai tahun 2014. Majalah CIA turut mendukung gerakan literasi nasional oleh pemerintah dan telah memperoleh lebih dari 75.000 pembaca serta telah menjalin kerja sama dengan banyak sponsor. Tantangan yang ada saat ini adalah bagaimana untuk meyakinkan pasar bahwa media cetak masih relevan menjadi media pembelajaran anak di era digital ini. Terdapat tujuh nilai dasar yang diterapkan yaitu Ketuhanan yang Maha Esa, welas asih dan bersyukur, cinta tanah air, berdaya juang dan tangguh, jujur dan bertanggung jawab, hemat dan santun, serta menghargai perbedaan. Selain itu, CIA memiliki budaya yang harus diterapkan baik di lingkungan kerja maupun kehidupan pribadi, yaitu:

a. *C – Clean and transparent*

Bersih di dalam dan luar. Kejujuran dalam segala aspek untuk berpikir serta bertindak yang benar dan memberikan yang terbaik kepada seluruh pemangku kepentingan, yaitu karyawan, mitra kerja, lingkungan, dan pihak lainnya.

b. *I – 3I (Integrity, improvement, inspiration)*

Konsistensi antara pikiran, ucapan, dan tindakan sebagai dasar pertumbuhan perusahaan dan pengembangan produk.

c. *A – Action driven by values*

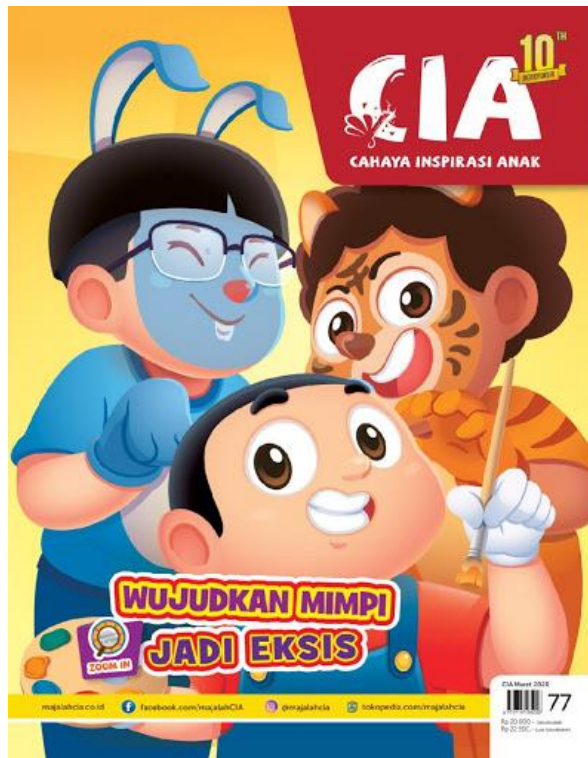
Menempatkan nilai-nilai kemanusiaan sebagai inti kita untuk menciptakan produk-produk dan program-program.

Stakeholders yang dirangkul oleh CIA adalah anak-anak, guru, orang tua, dan karyawan. Anak-anak sebagai tujuan utama diharapkan dapat menerapkan nilai-nilai kehidupan dan dapat membaginya dengan sesama. Guru juga mendapat perhatian, khususnya aspek kehidupan seperti pengembangan pribadi, literasi keuangan, dan melek teknologi. Pada orang tua, diharapkan dapat mendidik dan mengasuh anak-anaknya dalam kesadaran penuh di era digital. Selain ke luar, CIA memperhatikan ke dalam yaitu karyawannya. CIA membangun semangat yang

sama dalam bekerja sama. Artinya seluruh karyawan berada dalam satu kapal yang sama untuk mencapai satu tujuan, bahu membahu serta memberi semangat satu sama lain.

Majalah CIA adalah majalah anak-anak yang diperuntukan bagi anak usia SD kelas satu sampai enam. Majalah CIA mengusung tema keberagaman Indonesia, informasi luar negeri, dan kreatifitas. Terdapat 19 rubrik tetap dan rubrik tambahan di Majalah CIA. Berikut ulasan singkat mengenai rubrik yang ada:

- a. *What to do this month?* : berisi kegiatan lomba dan acara anak-anak yang akan diselenggarakan di bulan terbit.
- b. *Games* : memiliki 3 halaman permainan berbeda di setiap majalah.
- c. *Tahukah kamu?* : informasi singkat tentang berbagai macam hal dengan konsep 5W1H
- d. *Indowow* : informasi tokoh-tokoh Indonesia yang berhasil mendunia.
- e. *BOB Booster* : komik Bob dan Iso (Karakter CIA).
- f. *Unik* : informasi unik dan menarik berbagai macam hal, seperti *fun fact*.
- g. *I2U (Indonesia Inside Us)* : informasi keanekaragaman Indonesia.
- h. *3F* : rubrik prakarya yang dilakukan bersama keluarga.
- i. *Folktale* : rubrik cerita rakyat dalam bahasa Inggris.
- j. *On screen* : informasi film dalam negeri dan luar negeri yang akan tayang.
- k. *Jokes* : rubrik lelucon untuk anak-anak.
- l. *Speak Out* : berisi pendapat dari para pembaca.
- m. *Look & Go* : rubrik informasi tempat wisata.
- n. *Cermin* : rubrik tokoh-tokoh yang menginspirasi.
- o. *Cerpen* : cerita pendek dari para pembaca
- p. *Schooltivities* : kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan di sekolah-sekolah.
- q. *Fun with English* : materi pembelajaran bahasa Inggris singkat.
- r. *Misteri* : informasi menarik berupa fakta yang sedang naik daun.
- s. *Galeri liputan* : halaman galeri kegiatan-kegiatan CIA.



Gambar 2.2. Majalah CIA edisi Maret

Media cetak sekarang ini tentu mengalami sedikit kemunduran karena adanya media digital. CIA pun sadar akan hal ini sebagai perusahaan yang memiliki penghasilan utama majalah *offline*. Walaupun begitu, CIA sendiri sudah menggunakan media digital untuk menunjang media cetaknya, seperti pemasaran dan *update* melalui media digital. Keadaan seperti ini masih bisa diatasi dengan adanya peraturan pemerintah terkait peraturan literasi yang mewajibkan anak-anak untuk membaca dari buku langsung.

Sebagai sebuah perusahaan, CIA juga memiliki beberapa kegiatan yang membangun dalam masyarakat, antara lain:

a. Hanya Untuk Guru (HUG)

Program ini bertujuan untuk menjunjung harkat guru di masyarakat. HUG memiliki agenda berupa kegiatan komunitas, informasi-informasi dalam bidang teknologi dan kepribadian, serta kegiatan-kegiatan rekreasi lainnya. Salah satunya adalah program “Nyalakan”, yaitu pelatihan jurnalistik bagi

guru dalam skala kecil. Dalam skala besar, CIA secara rutin mengadakan seminar-seminar besar dengan mengundang beberapa mitra sekolah.

b. WARIOR

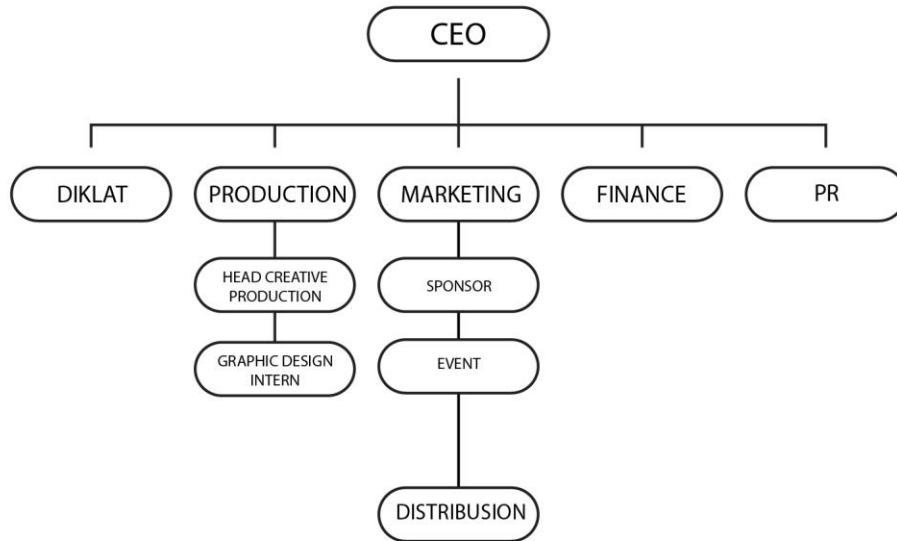
WARIOR merupakan singkata dari wartawan junior CIA. Kegiatan ini diikuti oleh siswa SD kelas 3 sampai 5. Agenda WARIOR antara lain pelatihan wartawan cilik berkarakter, *camp*, dan kunjungan ke tokoh dan VVIP korporat. Program-program WARIOR akan berhubungan dengan tugas-tugas dari sekolah yang terkait, sehingga anak akan mendapatkan pengalaman nyata dari tugas-tugas yang diberikan.



Gambar 2.3. Logo Majalah CIA

2.2. Struktur Organisasi Perusahaan

Pada bagian ini, Penulis akan menampilkan struktur perusahaan secara singkat. Perusahaan tempat Penulis kerja magang merupakan sebuah perusahaan kecil, sehingga tidak banyak cabang atau bagian di dalamnya. Peran dan tanggung jawab bagian desain saat ini hanya diisi oleh dua orang yaitu *head creative production* dan Penulis sendiri. Berikut bagannya:



Gambar 2.4. Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam memproduksi, divisi diklat dan divisi produksi akan saling bekerja sama terkait isi dan desain. Diklat akan bekerja untuk menyusun isi dan divisi produksi akan bekerja untuk desainnya. Semua yang berkaitan dengan desain akan dikerjakan oleh divisi produksi sesuai arahan *Head creative* dalam pembagian tugasnya bersama Penulis sebagai *intern*. *Brief* desain tidak menutup kemungkinan diberikan oleh divisi lain sesuai ketentuan sebuah produksi.