



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

Gambar 2.1 Logo Narasi



(Sumber: Personalia Narasi, 2020)

PT Narasi Citra Sahwahita atau yang biasa dikenal dengan Narasi merupakan sebuah media berbasis digital yang tergolong baru. Perusahaan media ini hadir untuk menyediakan berita, konten kreatif, *event*, dan kampanye kolaboratif melalui kanal distribusi yang berbasis digital. Hal ini dilakukan untuk menjawab tantangan perubahan zaman atas Bergeraknya fungsi media yang tidak hanya disampaikan satu arah sebagai konten informatif, tetapi lebih dari itu media dapat dijadikan sarana kolaborasi yang juga mampu memberikan nilai hiburan dalam setiap informasinya.

Narasi dibentuk pada 6 September 2017 oleh Najwa Shihab, Catharina Davy, dan Dahlia Citra. Dilansir dari www.compasslist.com (Putera, 2019) perusahaan media ini menjadi salah satu pelopor media digital di Indonesia yang dikembangkan karena kesadaran akan pentingnya alih bentuk media dengan konsep digital yang relevan dengan perkembangan zaman. Hal ini diwujudkan melalui penyebaran konten yang dilakukan melalui media digital dengan spesifikasi kanal masing-masing seperti laman, Instagram, YouTube, dan media sosial.

Melalui laman www.narasi.tv (Narasi, n.d.), perusahaan media baru ini memberikan pemahaman pentingnya nilai-nilai semangat kepemudaan yang menjadi kunci dan semangat dalam menjalani aktivitas medianya. Narasi berharap

agar media ini bisa menjadi ruang kerja dan karya anak bangsa yang dapat dijadikan media untuk bertukar ide serta beradu gagasan untuk kemajuan bangsa. Dengan tetap menanamkan nilai majemuk, kritis, dan toleran, Narasi berharap agar anak bangsa bisa menjadi penggagas peran penting di setiap zamannya masing-masing.

Mudanya usia perusahaan media ini berdiri tidak menghambat pesatnya perkembangan Narasi dalam berkontribusi secara nasional, bahkan internasional. Sesuai dengan data Profil Bisnis Narasi 2020 yang telah dimutakhirkan pada Juni 2020, Narasi telah menjangkau Sabang sampai Merauke dengan Jakarta, Surabaya, Makassar, dan Bandung sebagai empat kota penonton terbanyak. Seperti yang telah dijabarkan di awal, penonton Narasi secara spesifik mayoritas diduduki oleh masyarakat 25 – 35 tahun.

Semangat muda inilah yang akhirnya mengantarkan Narasi terpilih untuk menerima dana inovasi untuk pengembangan format dari jurnalisme video sendiri. Dilansir dari www.dailysocial.id (Admin Newswire Daily Social ID, 2018), Narasi adalah satu dari lima media di Indonesia yang mendapatkan pendanaan Google News Initiative (GNI). Pendanaan ini dilakukan untuk membuat lokakarya di 10 kota di Indonesia, yaitu Jakarta, Surabaya, Padang, Sorong, Bandung, Yogyakarta, Medan, Banda Aceh, Pontianak, dan Makassar. Pendanaan ini juga menjadi sejarah besar media Indonesia, karena dari ratusan organisasi yang mengajukan proposalnya hanya ada 87 dari 23 negara. Narasi menjadi media termuda di antara semua media penerima GNI lainnya seperti The New York Times, Washington Post, dan BuzzFeed News.

Seperti yang telah dirancang di awal didirikannya Narasi, media ini berusaha untuk tidak hanya memberikan konten-konten jurnalisme semata. Dalam pengembangannya Narasi memiliki beberapa konten *edutainment* seperti Duo Budjang, Narasi People, Tech it Easy, Reality Bites, dan Get Started yang diharapkan bisa menysar generasi muda karena bahasannya yang informatif dan tetap menghibur. Akan tetapi, masih ada juga konten *slow journalism* yang meliputi Mata Najwa, Catatan Najwa, Shihab-Shihab, Buka Data, dan Zoom In.

Selain itu Narasi juga membangun komunitas seperti Komunitas Mata Kita, Komunitas Klub Buku Narasi, dan Komunikas Ekosistem. Dalam perjalanannya Narasi juga telah berkolaborasi atau secara mandiri membuat kampanye dan kegiatan seperti Playfest, Indonesia Butuh Anak Muda, Konser #dirumahaja, dan Wisuda LDR 2020.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi Perusahaan

“Becoming a trustworthy media for the general public interest in validating information and accommodating voices to cultivate a brighter generation” adalah visi yang dimaknai sebagai tujuan besar yang mana nantinya Narasi dapat hadir sebagai media dengan kredibilitas yang baik dan tetap disesuaikan dengan kepentingan publik dan masyarakat sebagai sumber dan tujuan utama sebuah media dengan menyalurkan informasi yang sudah tervalidasi. Selain itu, visi ini juga menggambarkan adanya nilai keragaman dari Narasi yang terlihat dari usaha media ini mengakomodasi setiap suara atau aspirasi yang diharapkan dapat menunjang generasi yang lebih cerah. Dalam visi ini, Narasi berfokus kepada beberapa poin seperti *trustworthy media* (media yang dapat dipercaya), *public interest* (kepentingan publik), dan *brighter generation* (generasi yang lebih cerah).

2.2.2 Misi Perusahaan

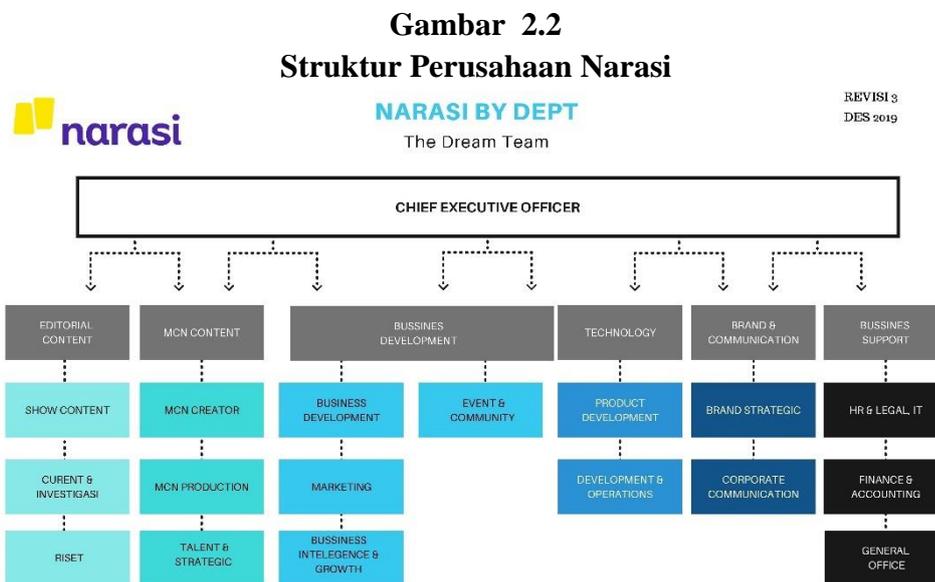
Dari visi yang ada, Narasi mencoba untuk membuat misi yang nantinya dapat menjadi salah satu pedoman semua hal yang dilakukan dalam bekerja. *“Empowering voices for brighter generation”* adalah penjabaran dari poin utama dalam visi. Misi ini menjadi penjelas bahwa Narasi ingin mencoba untuk memberdayakan setiap aspirasi atau suara yang ada untuk menunjang sebuah harapan besar yaitu generasi yang lebih cerah dan akan memberikan kontribusi terhadap Indonesia melalui setiap usaha, pendidikan, dan pekerjaan yang dilakukan dengan tujuan mulia bagi bangsanya.

2.3 Tempat, Kontak, dan Kanal Perusahaan

Kantor Narasi berada di Intiland Tower lantai 20, Jl. Jenderal Sudirman, Kav 32, RT 03/RW 02, Karet Tengsin, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 10250. Narasi dapat dihubungi melalui telepon di 021-57939176 atau melalui posel di redaksi@narasi.tv. Dalam penggunaan media sosial sebagai wadah dan penghubung, Narasi memiliki berbagai kanal yang ditujukan sesuai dengan setiap karakteristik konten. Secara umum, media dan kanal di Narasi adalah sebagai berikut.

- a. Laman : www.narasi.tv
- b. YouTube : Narasi
- c. Instagram : @narasi.tv
- d. Facebook : Narasi
- e. Twitter : @narasitv

2.4 Struktur Perusahaan Narasi



(Sumber: Personalia Narasi. 2020)

Narasi dalam perjalanannya melewati beberapa perombakan struktur perusahaan yang ditujukan sebagai spesifikasi dari ruang lingkup kerja yang diharapkan lebih jelas dan terstruktur. Secara umum, terdapat enam divisi besar yang masing-masing membawahi divisi lainnya yang saling bekerja sama dan

berkesinambungan dalam menjalankan setiap pekerjaan atau proyek bersama. Penjelasan singkat mengenai posisi yang ada di Narasi adalah sebagai berikut.

1. *Chief Executive Officer*

Catharina Davy, CEO dan Co-Founder Narasi bertanggung jawab untuk menetapkan tujuan besar perusahaan agar semua target pengembangan dapat tercapai. CEO dan pimpinan lainnya juga bersinergi untuk pembahasan hal-hal penting yang dapat menunjang kemajuan Narasi.

2. *Editorial Content*

Divisi ini akan secara praktis melakukan riset dan produksi yang berkaitan dengan berita atau jurnalistik. Dalam penerapannya, divisi ini akan mengelola Narasi Newsroom yang adalah kanal berita milik Narasi. Pengelolaan ini juga tetap berpegang teguh terhadap kaidah jurnalistik yang tetap dikemas secara menarik dan informatif. Divisi ini membawahi divisi *Show Content, Current & Investigation*, dan Divisi Riset.

3. *Multi-Channel Network (MCN Content)*

Divisi yang satu ini akan bertanggung jawab terhadap konten-konten kreatif yang dimiliki oleh Narasi. Konten-konten tersebut dapat disaksikan di kanal atau media milik Narasi berupa program ataupun konten media sosial lainnya. Dalam divisi ini terdapat tiga divisi penunjang yang bertugas sebagai pembuat dan produsen konten, serta divisi yang fokus mengatur *talent* di Narasi.

4. *Business Development*

Divisi ini akan fokus terhadap beberapa hal yang sering berkaitan dengan klien eksternal atau tim produksi internal. Membawahi beberapa divisi yang krusial terhadap alur kerja kreatif Narasi, divisi ini memiliki empat anak divisi. *Business Development* yang bertugas sebagai pengembang dan perencana Narasi dengan klien (*BD Sales*) atau

keseluruhan proses kerja (*BD Planner/ Strategic Planner*), *Marketing* di bagian pemasaran, *Business Intelligence & Growth* yang akan fokus terhadap penggunaan data, serta *Event & Community* yang akan bertanggung jawab terhadap semua kegiatan acara dan relasi komunitas binaan Narasi.

5. *Technology*

Seperti namanya, divisi ini akan berfokus pada pengelolaan teknologi pada proses produksi kreatif Narasi dengan dua divisi bawahan yaitu *Product Development* dan *Development & Operations*.

6. *Brand & Communication*

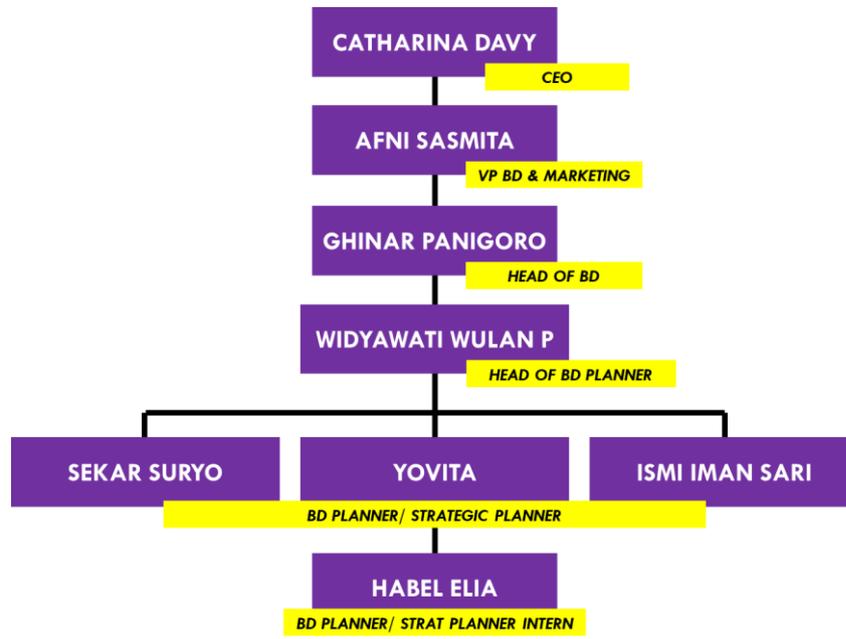
Divisi ini akan secara langsung turun untuk menangani hal-hal yang berkaitan dengan komunikasi internal dan eksternal terkait citra dan penjenamaan perusahaan. Ada divisi *Brand Strategic* dan *Corporate Communication* yang akan melakukan tugasnya dalam menjaga komunikasi di Narasi.

7. *Business Support*

Divisi yang satu ini akan mendukung rangkaian proses kerja dari Narasi. Ada divisi *Human Resource & Legal, IT* yang akan lebih mengurus hal-hal terkait SDM dan hal personalia lainnya, *Finance & Accounting* yang akan fokus terhadap keuangan Narasi, serta *General Office* yang akan membantu menangani hal-hal lainnya.

Secara spesifik, penulis yang adalah pekerja magang di divisi *Strategic Planner* ada dalam ruang lingkup divisi *Business Development* secara luas. Di dalam divisi besar ini, ada dua divisi yang membawahnya yaitu *BD Planner (Strategic Planner)* dan *BD Sales*.

Gambar 2.3
Struktur Divisi *Strategic Planner*



(Sumber: Data Olahan Penulis, 2020)