

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

Situs Merahputih.com merupakan suatu media berbasis internet yang telah berdiri sejak tahun 2014 hingga sekarang. Merahputih.com menjadi salah satu dari lima media yang tergabung dalam PT Merah Putih Media. Keempat media lainnya yang berada dalam naungan perusahaan, meliputi KamiBijak.com, KabarOto.com, BolaSkor.com, dan Side.id. Berdirinya Merahputih.com menjadi media nasional yang lahir dari semangat anak muda Indonesia berjiwa nasionalis dan idealis. Memperoleh informasi dari bagian “Tentang” di laman Merahputih.com, media *online* ini berupaya menyajikan berita yang dapat dipercaya dan bermanfaat sehingga tulisan di dalamnya diharapkan bisa menjadi referensi bagi pembaca. PT Merah Putih Media memiliki lima *desk*, diantaranya Berita, Indonesiaku, Hiburan & Gaya Hidup, Olahraga, dan Berita Foto. Tugas utamanya menjadi *platform* yang menginspirasi, mengedukasi, dan informatif bagi pembaca. Menyajikan informasi yang bersifat positif dan inspiratif, terkhusus pemuda-pemudi Indonesia. Untuk menghasilkan berita yang layak, PT Merah Putih Media membentuk tim untuk mengkoordinasikan kinerja antar pekerjanya. Harapannya, Merahputih.com mampu memperluas cakrawala para pembaca media *online* dari generasi ke generasi. (Merahputih, para. 1).

Gambar 2.1 Logo Perusahaan



(Sumber: HRD Merahputih.com)

2.1.1 Sejarah MerahPutih.com

Awal mula sejarah perusahaan ini terbentuk, sesuai dengan informasi dari Joudy Irawan selaku HRD dari PT Merah Putih Media atau biasa disebut MerahPutih.com. Perusahaan yang bergerak dibidang media *online* ini didirikan oleh empat orang dengan visi dan misi yang sejalan. Beliau adalah Seandy Yudha Anggoro, Andi Bintoro, Marisi Panggabean, dan Andi Prastyawan Tirtayasa yang memiliki peran masing-masing pada PT Merah Putih Media. Berkumpulnya empat pendiri tersebut, membentuk sebuah perusahaan media *online* dengan tujuan yang kokoh dan jelas, diantaranya menciptakan berita yang akurat dan nyata, memiliki makna dan bobot yang jelas, serta diimbangi dengan adanya kebutuhan yang diharapkan masyarakat lokal maupun internasional. Tujuan utamanya adalah bisa memberikan motivasi yang tinggi untuk menginspirasi, serta meningkatkan sifat anak muda Indonesia semakin berani dalam meluangkan aspirasi secara lebih luas. Maka dari itu, terciptanya *tagline* “Berani Menginspirasi” diharapkan mampu mendongkrak jiwa anak muda Indonesia di masa depan (Joudy Irawan, *personal communication*, 18 November, 2019).

Seiring perkembangan yang terjadi, perusahaan ini berhasil membesarkan namanya dengan membuat media baru. Dengan mengambil konsep yang bermacam-macam, diharapkan mampu meningkatkan kualitas maupun mengundang khalayak untuk menikmati berita yang disajikan, seperti pada *website* Bolaskor.com dan Kabaroto.com yang bergerak dibidang olahraga dan otomotif. Kemudian dibentuk media baru bernama BolaSkor.com. PT Merah Putih Media yang berlokasi di Gading Serpong ini juga memperluas jangkauan segmentasi masyarakat di sekitarnya. Maka dari itu, terbentuk Side.id untuk merangkul masyarakat yang berada di wilayah BSD, Gading Serpong, dan

Alam Sutera. Media terakhir yang diciptakan adalah KamiBijak.com. Sebuah media yang dirancang secara khusus bagi penyandang disabilitas tuli dan bisu sehingga mampu mengembangkan bakatnya dibidang media *online* (Reziana Oktaviani Nasution, *personal communication*, 18 November, 2019).

MerahPutih.com terbagi menjadi lima kanal, meliputi Berita, Indonesiaku, Hiburan & Gaya Hidup, Olahraga, dan Foto seperti yang telah diinformasikan sebelumnya. Dalam pelaksanaan kerja magang ini, penulis berfokus pada kanal Hiburan & Gaya Hidup. Meski begitu, seringkali penulis diminta untuk menggarap kanal Indonesiaku. Penulisan artikel *feature* pada kanal Hiburan & Gaya Hidup terdapat tiga bagian, yaitu *Showbiz*, *Fun*, dan *Fashion*. Sedangkan, subkanal pada Indonesiaku memiliki tiga subkanal, meliputi Tradisi, Kuliner, dan *Travel*. Menjelaskan spesifikasi dari setiap subkanal yang dimiliki MerahPutih.com, baik kanal Hiburan & Gaya Hidup ataupun Indonesiaku telah penulis rangkum sebagai berikut; (Paksi Suryo Raharjo, *personal communication*, 18 November 2019).

a. Tradisi

Pada subkanal ini, artikel *feature* berkaitan dengan sejarah, kebudayaan, ritual, kebiasaan, adat istiadat, dan kesenian dari seluruh daerah di Indonesia.

b. Kuliner

Bahasan pada subkanal ini membahas keanekaragaman makanan dan minuman yang ada di Indonesia. Mulai dari proses pembuatan, daya tarik, resep masakan hingga keunikan tempatnya.

c. *Travel*

Salah satu subkanal yang memiliki daya tarik pembaca, artikel tentang *travel* jadi unggulan di MerahPutih.com. Bahasan pokok pada subkanal ini berkaitan dengan destinasi, etika berkunjung, biaya, dan kondisi ataupun situasi di suatu tempat. Tulisan artikel mencakup wilayah yang ada di Indonesia.

d. Hiburan

Pembahasan pada subkanal Hiburan membagikan informasi tentang kesehatan, kecantikan, *parenting*, otomotif, olahraga, kehidupan sosial, kebugaran dan industri hiburan, misalnya artikel tentang permainan dari masa lalu hingga masa kini.

e. *Showbiz*

Beragam informasi yang disajikan dalam subkanal *Showbiz* ini. Pembahasan dalam subkanal ini mencakup informasi menarik tentang film, musik, dan *public figure*.

f. Fesyen

Subkanal terakhir yang populer di kalangan pemudapemudi adalah Fesyen. Penulisan artikel pada subkanal ini menginformasikan tren fesyen dari masa ke masa, pakaian, sepatu, tas, aksesoris dan lainnya.

Untuk melengkapi informasi tentang PT Merah Putih Media, berikut ini penulis lampirkan data umum perusahaan.

Nama Perusahaan : PT Merah Putih Media

Nama Media : MerahPutih.com

Alamat : Cluster Paramount Hill Golf
Jl. Gading Golf Timur Blok GGT no
112, Serpong, Tangerang, Indonesia –
15810

No. Telp : (021) 22227536

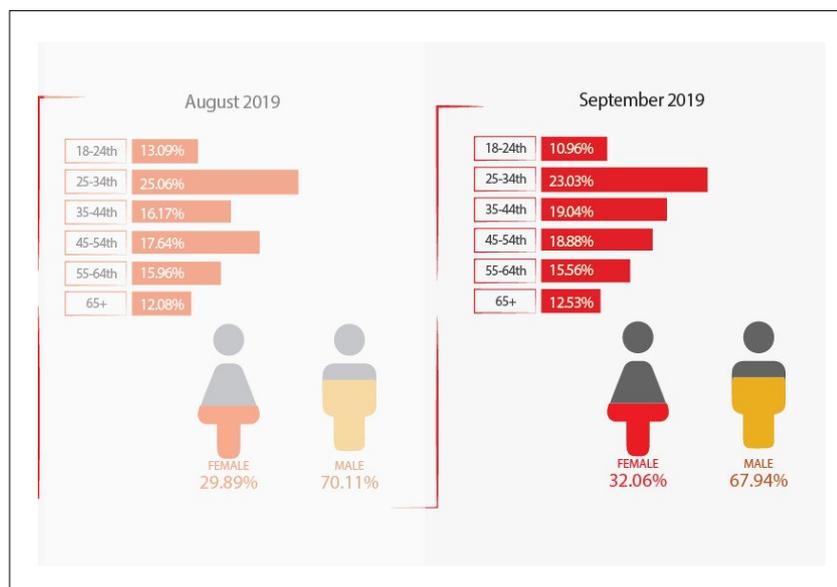
E-mail : redaksi@merahputih.com

Website : merahputih.com

Media Sosial : a. *Facebook*: merahputih.com
b. *Twitter*: [@newsmerahputih](https://twitter.com/newsmerahputih)
c. *Instagram*: [newsmerahputih](https://www.instagram.com/newsmerahputih)
d. *Youtube*: merahputih.com

Sejak berdiri, PT. Merah Putih Media selalu berupaya untuk meningkatkan *awareness* dan *traffic* pembaca agar semakin dikenal oleh masyarakat Indonesia dengan pembahasan seputar nasional hingga internasional. Setiap media di PT Merah Putih Media memiliki data angka pembaca dan spesifikasi target pembaca yang berbeda-beda. Target pembaca ditentukan untuk memberi ruang fokus pada bahasan atau topik berita sehingga pembaca dapat memilah informasi.

Gambar 2.2 Data Jumlah Pembaca per Usia dan Jenis Kelamin



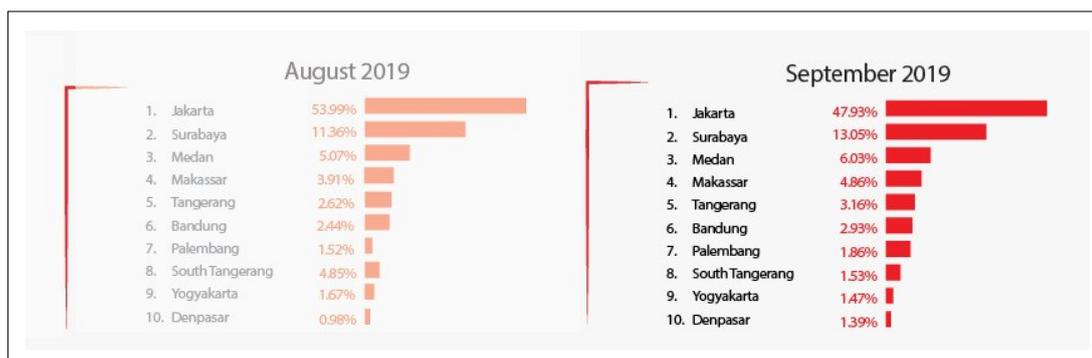
(Sumber: Sekretaris Merahputih.com)

Selama periode magang berlangsung, penulis memperoleh data sebanyak 10.184.895 pembaca pada bulan Agustus 2019 dan sekitar 10.245.004 pembaca pada bulan September 2019. Terbagi menjadi dua *gender*, diantaranya 29.89% pembaca perempuan dan 70.11% pembaca laki-laki pada bulan Agustus 2019. Terjadi peningkatan angka pembaca pada bulan September 2019 sebanyak 32.06% pembaca perempuan dan 67.94% pembaca laki-laki. Pembaca usia 25-34 tahun mendominasi presentase jumlah pembaca selama bulan Agustus dan September 2019 (Reziana Oktaviani Nasution, *personal communication*, 18 November, 2019).

Angka pembaca laki-laki dan perempuan pada bulan Agustus 2019 menunjukkan selisih angka mencapai 40.22%, sedangkan pada bulan September 2019 selisih angka mencapai

35.88%. Hal ini menunjukkan terjadi peningkatan jumlah pembaca laki-laki yang dipengaruhi jenis pemberitaan lebih banyak berkaitan dengan politik dan hukum. Peningkatan data angka pembaca laki-laki juga dikarenakan MerahPutih.com lebih banyak menyuguhkan pemberitaan mengenai Pemilihan Umum Presiden Indonesia (Pilpres) 2019 dan isu-isu politik lainnya. (Thomas A. Kukuh Agung, *personal communication*, 27 Januari 2020).

Gambar 2.3 Data Angka Pembaca per Wilayah



(Sumber: Sekretaris Merahputih.com)

Pembaca Merahputih.com di wilayah Jakarta mencapai 53.99%, Surabaya 11.36%, Medan 5.07%, Makassar 3.91%, Tangerang 2.62%, Bandung 2.44%, Palembang 1.52%, Tangerang Selatan 4.85%, Yogyakarta 1.67%, dan Denpasar 0.98% selama bulan Agustus 2019. Sedangkan, pembaca di wilayah Jakarta mencapai 47.93%, Surabaya 13.05%, Medan 6.09%, Makassar 4.86%, Tangerang 3.16%, Bandung 2.93%, Palembang 1.86%, Tangerang Selatan 4.53%, Yogyakarta 1.47%,

dan Denpasar 1.39% selama bulan September 2019 (Reziana Oktaviani Nasution, *personal communication*, 18 November, 2019).

2.1.2 Visi dan Misi

Berdasarkan informasi dan data yang diperoleh dari sekretaris Merahputih.com (Reziana Oktaviani Nasution, *personal communication*, 18 November 2019), berikut ini visi dan misi yang diterapkan oleh tim redaksi Merahputih.com.

a. VISI

1. Menjadi media nasional yang berintegritas, dipercaya, dibanggakan.
2. Mencerdaskan bangsa khususnya kalangan muda.
3. Menjadi media nasional yang disukai dan dipilih sebagai media yang menginspirasi

b. MISI

1. Wadah kreativitas dan pembentukan pola pikir yang luas
2. Mandiri dan Berintegritas
3. Penyajian informasi CEPAT, TEPAT, DIPERCAYA

2.1.3 Target Pembaca

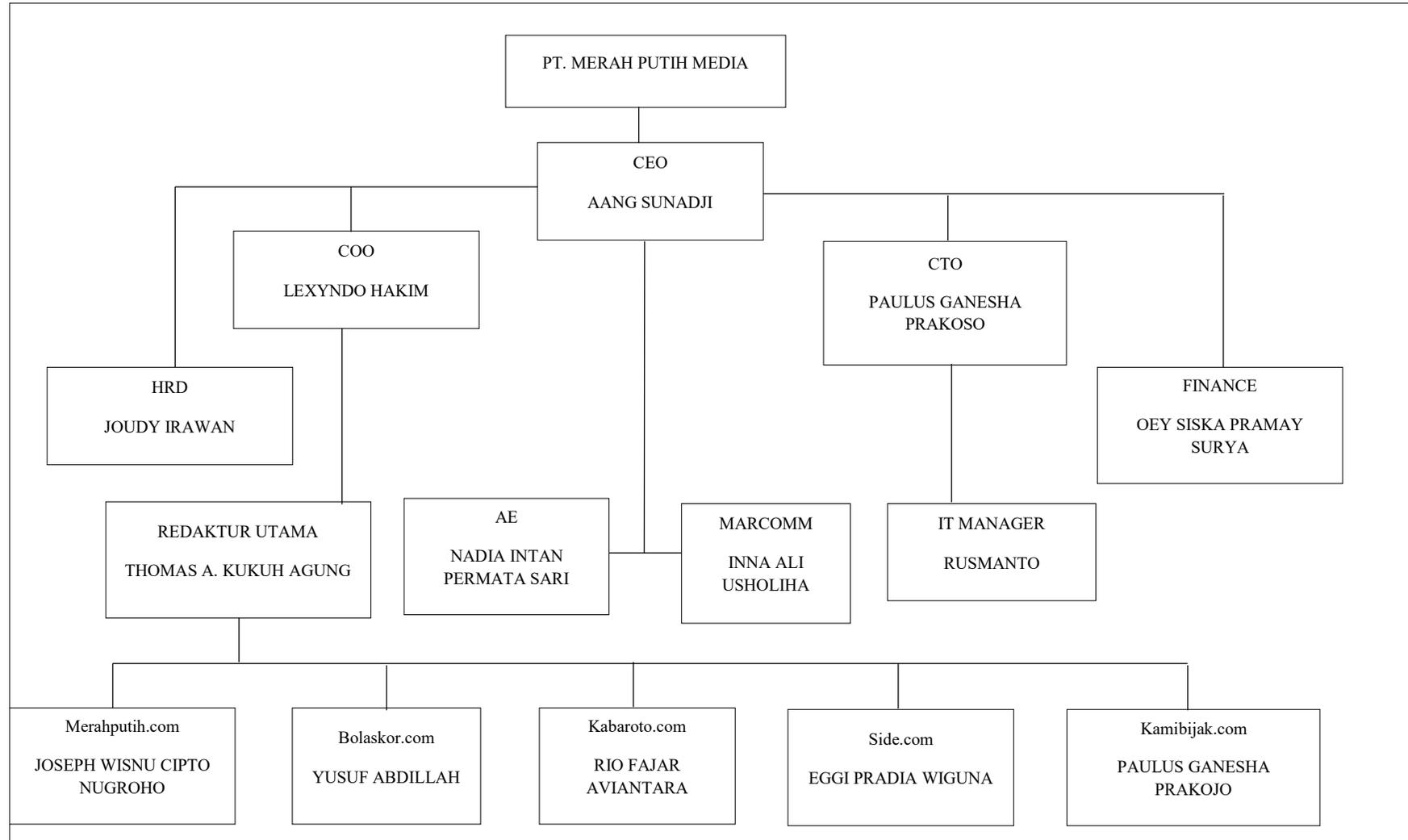
Target pembaca Merahputih.com adalah masyarakat urban dengan usia 25 hingga 35 tahun, wanita dan laki-laki, serta status sosial kalangan menengah ke atas mulai dari kelas B sampai dengan A+. Ditargetkan juga pembaca yang memiliki ketertarikan dalam memperoleh informasi seputar Hiburan & Gaya Hidup dan Indonesiaku, meliputi kuliner, kecantikan, kesehatan, fesyen, *travel*, *tips and tricks*, film, musik, teknologi, sejarah, tradisi, dan beberapa *event* lainnya (Reziana Oktaviani Nasution, *personal communication*, 18 November 2019).

2.1.4 Struktur Organisasi

Berdasarkan penjelasan sesuai dengan sejarah perusahaan, PT Merah Putih Media yang memiliki lima media dan tetap di bawah kepengurusan perusahaan yang sama. Pemimpin tertinggi berada pada posisi Chief Executive Officer (CEO) yang dibantu oleh Chief Operating Officer (COO), Chief Technology Officer (CTO), Human Resources Departement (HRD), dan Keuangan atau Finance.

CEO PT Merah Putih Media memiliki tanggung jawab dalam mengawasi Account Executive (AE) dan Marketing Communication. CTO memiliki peran dalam mempertanggungjawabkan dan bekerja sama dengan IT Manager terkait manajemen teknologi yang dipergunakan pada *website* dan aplikasi. Sementara itu, COO berposisi langsung di atas redaktur utama. Kelima media tersebut dipimpin oleh seorang Pemimpin Redaksi. Pada masing-masing media memiliki redaktur pelaksana yang bertanggung jawab atas medianya, meliputi Merahputih.com, BolaSkor.com, KabarOto.com, Side.id, dan KamiBijak.com. HRD bertanggung jawab dalam menyeleksi calon pekerja, memberi pelatihan kerja, mengevaluasi pekerja sekaligus menjalin hubungan antar karyawan di suatu perusahaan. Selanjutnya, bagian Keuangan sebagai penanggung jawab dalam mengelola atau mengalokasikan pendapatan dan pengeluaran biaya perusahaan (Joudy Irawan, *personal communication*, 18 November 2019).

Gambar 2.4 Struktur Kepengurusan Perusahaan



(Sumber: HRD Merahputih.com)

2.2 Ruang Lingkup Divisi *Feature*

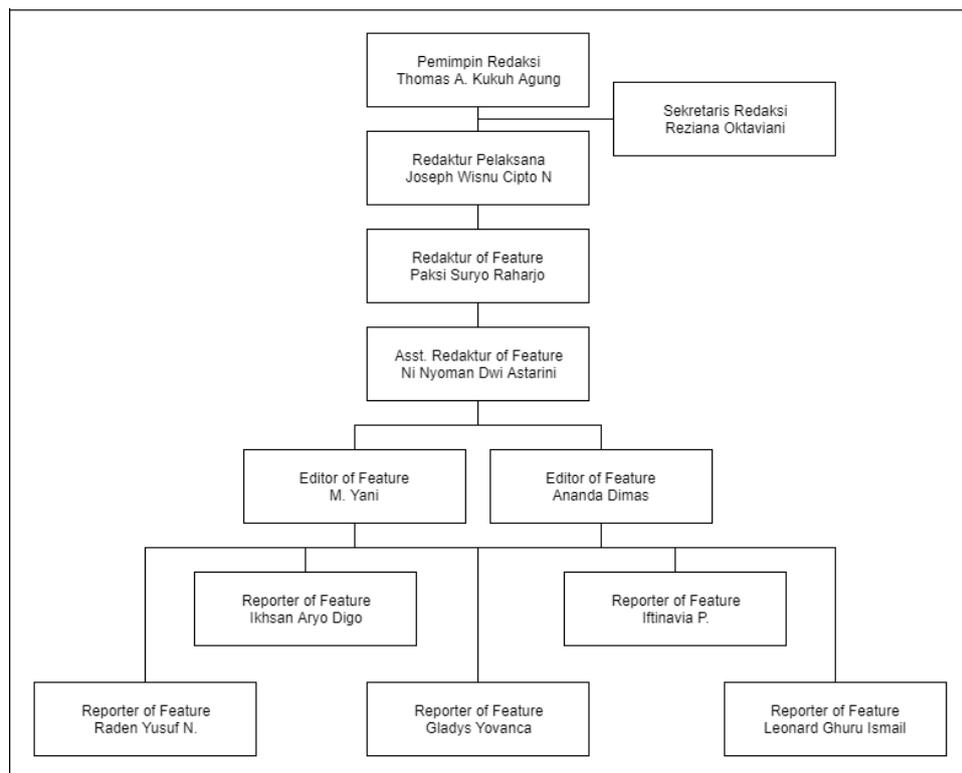
Pelaksana kerja magang di Merahputih.com terbagi menjadi enam bagian dengan menerapkan label tertentu sehingga memudahkan pembaca dalam mencari berita yang diinginkan. Label tersebut merupakan judul yang menginformasikan spesifikasi bahasan, seperti Kesehatan, Teknologi, Kuliner, Kecantikan, Games, dan lain sebagainya. Label ini dibuat oleh redaktur *feature* beserta jajarannya. Penentuan informasi pada label tersebut dilakukan oleh editor untuk menyesuaikan isi bahasan yang telah dibuat oleh penulis bersama jurnalis *feature* lainnya.

Dalam pelaksanaan kerja magang ini, penulis menjadi salah satu dari reporter yang berada di bawah naungan Redaktur, Asisten Redaktur, dan Editor. Pembentukan struktur pada *desk Feature* tersebut dikepalai oleh Thomas A. Kukuh Agung selaku Pemimpin Redaksi yang bertanggung jawab atas mekanisme kerja redaksi setiap harinya. Dimulai dari proses perencanaan, memimpin rapat redaksi, membimbing penulisan, melakukan koordinasi antar divisi hingga menentukan kelayakan suatu berita. Reziana Oktaviani Nasution selaku Sekretaris Redaksi bertanggung jawab dalam memenuhi kebutuhan surat-menyurat berkaitan dengan proses peliputan dan memantau keseharian tim redaksi dalam memproduksi berita, serta melakukan pendataan kehadiran para peserta magang. Selanjutnya, Redaktur Pelaksana berperan dalam memproduksi berita setiap harinya. Bagian Redaktur *Feature* dipimpin oleh Paksi Suryo Raharjo yang bertanggung jawab terhadap proses produksi hingga publikasi berita *desk Feature* tersebut. Untuk meringankan tugas redaktur, Paksi Suryo Raharjo dibantu oleh Ni Nyoman Dwi Astarini selaku Asisten Redaktur *Feature* dalam memeriksa hasil liputan jurnalis sesuai dengan ketentuan dan standarisasi penulisan berita pada media tersebut. Di bawah kepemimpinan tim redaktur terdapat dua orang editor, diantaranya M. Yani dan Ananda Dimas. Setiap editor bertugas untuk memeriksa ketepatan penulisan artikel dan data yang diperoleh jurnalis atau reporter sebelum dipublikasikan. Tahap penyuntingan atau pemeriksaan kembali ini sebagai bentuk tanggung

jawab editor terhadap tulisan reporter *feature* yang dipublikasi. (Reziana Oktaviani Nasution, *personal communication*, 18 November 2019).

Tugas dan tanggung jawab editor Merahputih.com diberikan oleh tim reporter, terkhusus *desk Feature*. Reporter *feature* di Merahputih.com bertugas mencari, mengumpulkan data, melakukan liputan, wawancara, dan memproduksi berita yang layak sesuai dengan pedoman Kode Etik Jurnalistik, serta mengandung elemen 5W+1H (*what, who, when, where, why, dan how*) untuk disebarakan kepada masyarakat. Sehari-harinya, divisi *feature* fokus pada pemberitaan kebudayaan, adat istiadat, kesenian, kuliner, *travel*, fesyen, *review* film, biografi sosok, hiburan dan gaya hidup. Pemberitaan yang dihasilkan oleh reporter dapat terverifikasi kebenaran dan keasliannya (Reziana Oktaviani Nasution, *personal communication*, 18 November 2019).

Gambar 2.5 Struktur Redaksi Desk Feature MerahPutih.com



(Sumber: HRD MerahPutih.com)