

BAB II

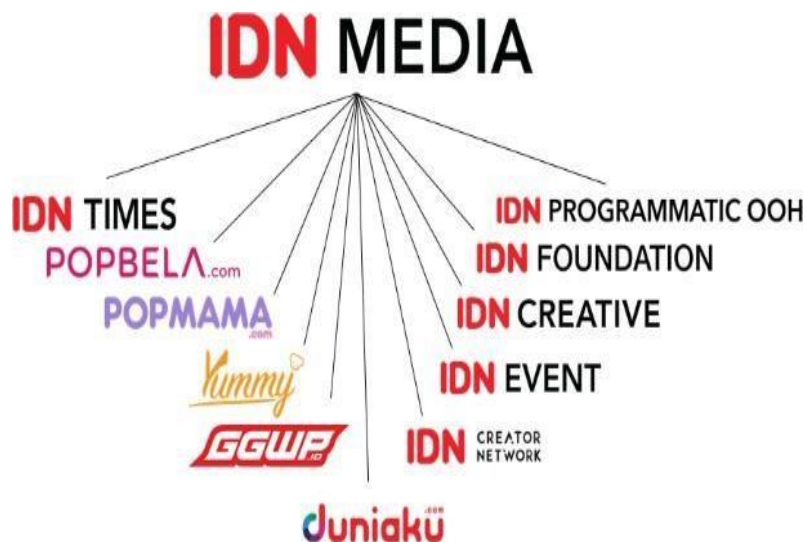
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 PROFIL PERUSAHAAN

2.1.1 Sejarah IDN Media

IDN Media merupakan perusahaan media multi-platform dan media hiburan untuk para milenial dan generasi Z di Indonesia. Perusahaan media ini berdiri sejak enam tahun lalu, tepatnya 8 Juni 2014 di Surabaya. Didirikan oleh dua orang kakak-beradik yaitu Winston Utomo sebagai *Chief Executive Officer* (CEO) *IDN Media* dan William Utomo sebagai *Chief Operating Officer* (COO) *IDN Media*. *IDN Media* memiliki beberapa produk yaitu *IDN Times*, *Popbela.com*, *Popmama.com*, *Yummy*, *GGWP.ID*, *Duniaku.com*, *IDN Creative*, *IDN Event*, *IDN Creator Network*, *IDN Foundation*, and *IDN Programmatic OOH* (Utomo, 2020).

Gambar 2. 1 Grup *IDN Media*



Sumber: Olahan Penulis

Target pembaca *IDN Times* menasar pada generasi milenial dan gen Z di Indonesia. Di Indonesia, *IDN Media* memiliki beberapa regional

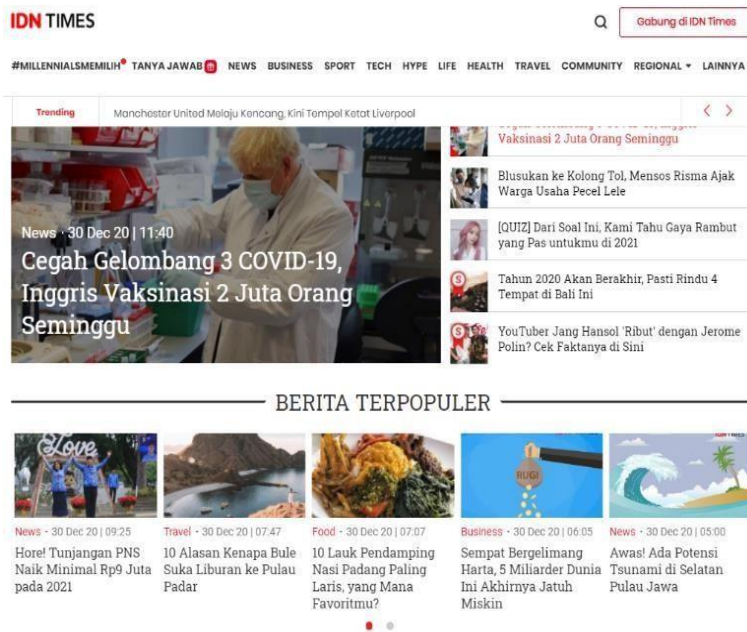
pemberitaan di beberapa titik yaitu di Jawa Timur, Jawa Barat, Kalimantan Timur, Banten, Sumatera Selatan, Bali, Sulawesi Selatan, Nusa Tenggara Barat, dan Jogja. *IDN Media* juga memiliki dua kantor utama, yaitu di Surabaya dan Jakarta. Winston Utomo selaku *Chief Executive Officer* (CEO) *IDN Media* mengatakan bahwa *IDN Media* berawal dari kota Surabaya, kemudian membuka kantor lainnya di Jakarta.

Kantor *IDN Media* pada awalnya memiliki nama *IDN Media Creative Lab* yang terletak di Jalan Palmerah Utara No. 62A, RT.3/RW. 6, Palmerah, Kec. Palmerah, Kota Jakarta Barat. Namun, perusahaan berpindah kantor ke Gedung Menara Global di Jalan Jendral Gatot Subroto Kav. 27, Lantai 16, Kuningan, Jakarta. Berpindahnya kantor tersebut saat memperingati hari jadinya *IDN Media* yang kelima. Sebutan nama *IDN Media Creative Lab* pun berubah menjadi IDN HQ.

Pada awalnya, *IDN Media* hanya berawal dua orang saja, yaitu Winston Utomo dan William Utomo. Kini, *IDN Media* memiliki lebih dari 250 karyawan. Setiap karyawan *IDN Media* disebut dengan *Timmys*. *IDN Media* memiliki delapan nilai yang dijunjung yaitu kesetaraan gender, persatuan dalam berbagai ras dan etnis, persatuan dalam berbagai agama, persatuan dalam pandangan dunia yang berbeda, anti pelecehan seksual, anti *bullying*, anti stereotip, dan definisi ulang kecantikan.

IDN Media memiliki anak perusahaan yaitu *IDN Times*. *IDN Times* adalah media multimedia platform yang menghasilkan pemberitaan untuk kanal politik, bisnis, olahraga, teknologi, *hype*, kehidupan, kesehatan, wisata, sains, makanan, fiksi, otomotif, pria, dan opini. Visi *IDN Times* adalah untuk mendemokratisasi informasi. Demokratisasi akses ke informasi yang akurat, seimbang, bermanfaat, dan positif, dan pada akhirnya menjadi suara milenial dan generasi Z di Indonesia.

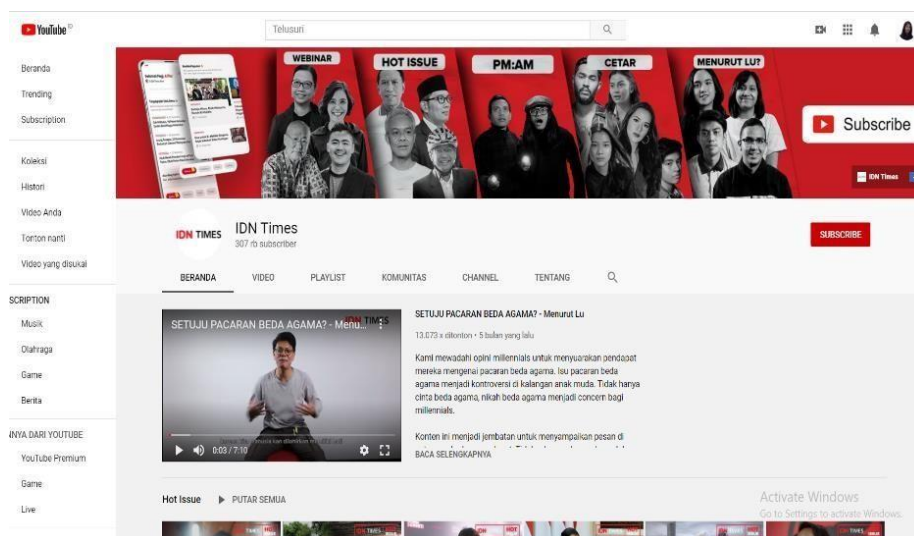
Gambar 2. 2 Tampilan situs web *IDN Times*



Sumber: situs web *IDN Times*

Pada Gambar 2.2 merupakan tampilan situs web *IDN Times*. Situs web tersebut menyajikan beberapa kanal dan beberapa regional sehingga memudahkan khalayak mendapatkan berita yang diinginkan. Sebagian besar berita yang ada dalam situs web disajikan dalam bentuk artikel. Meski target pembacanya milenial dan generasi Z, *IDN Times* tetap terbuka untuk siapa pun yang ingin mengakses berita.

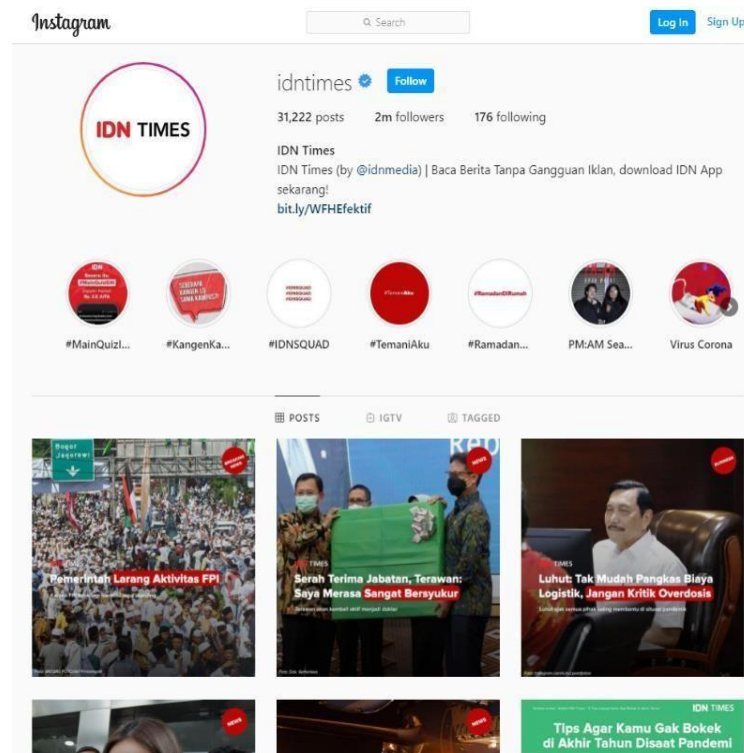
Gambar 2. 3 Tampilan pada akun YouTube *IDN Times*



Sumber: YouTube *IDN Times*

Selain menyajikan berita dalam bentuk artikel, *IDN Times* juga memproduksi konten dalam bentuk video. *IDN Times* menjadikan YouTube sebagai platform pilihan untuk mengunggah konten video. Beberapa program yang ada di akun YouTube *IDN Times* adalah Millennials Memilih, Webinar, Menurut Lu, Suara Millennial, *In Depth*, Sore-sore Berkah 2020, dan *Food War*. YouTube juga sering dijadikan wadah untuk melakukan siaran langsung pada acara *talk show*. *IDN Times* sering mengundang tokoh masyarakat, pembicara inspiratif, dan tokoh penting untuk melakukan wawancara khusus.

Gambar 2. 4 Tampilan pada akun Instagram *IDN Times*



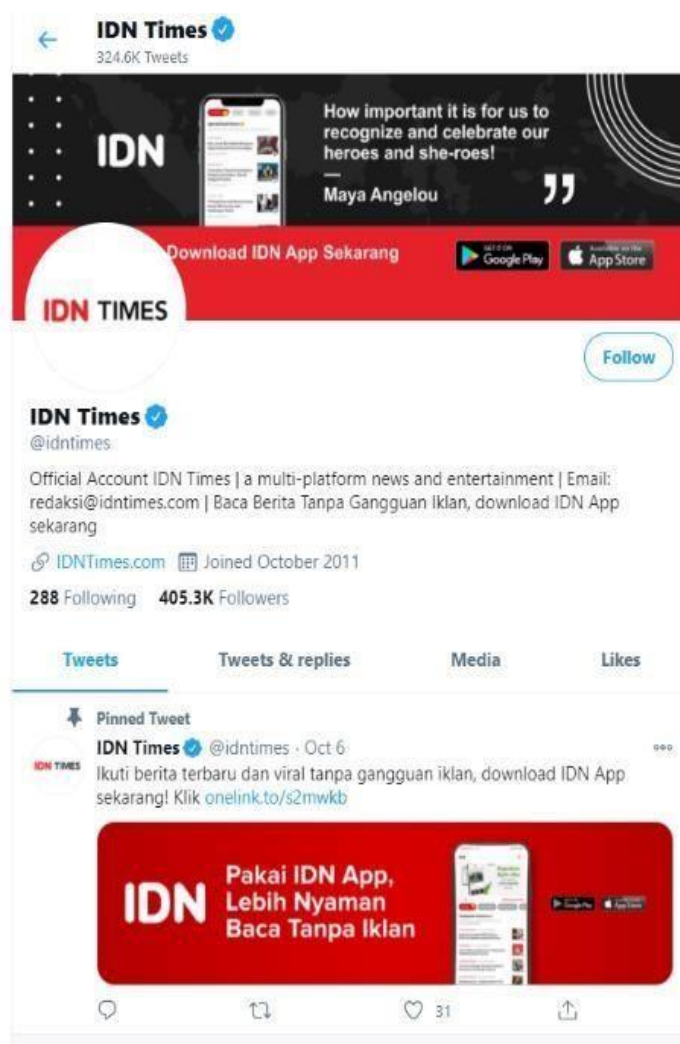
Sumber: Instagram *IDN Times*

IDN Times juga menggunakan platform Instagram untuk mendistribusikan konten beritanya. Berita yang disajikan melalui Instagram lebih ringkas dibandingkan pada yang ada di situs web. *IDN Times* rutin memanfaatkan fitur *Live* di Instagram untuk sesi *talkshow* dengan para selebriti atau pun tokoh lainnya. Selain itu, *IDN Times* menggunakan

platform Instagram untuk menjangkau milenial dan generasi Z lebih banyak.

Tidak hanya Instagram, *IDN Times* juga mendistribusikan berita melalui media sosial lainnya seperti Twitter dan Facebook. Pada platform Twitter, *IDN Times* mengunggah link berita sehingga mengarahkan pembaca ke situs web *IDN Times*. Sementara itu, platform Facebook *IDN Times* berisi berita seperti infografik dan video berita.

Gambar 2. 5 Tampilan pada akun Twitter *IDN Times*



Sumber: Twitter *IDN Times*

Gambar 2. 6 Tampilan pada akun Facebook *IDN Times*



Sumber: Facebook IDN Times

2.1.2 Data Umum *IDN Times*

Gambar 2. 7 Logo *IDN Times*



Sumber: *IDN Times*

Nama : PT Media Putra Nusantara (*IDN Media*)

Alamat : Jl. Jendral Gatot Subroto Kav. 27 lantai 16,
RT.3/RW.3, Kuningan Timur, Daerah Khusus
Ibukota Jakarta, 12950

No. Telepon : (021) 22123888

Situs web : www.idntimes.com

Email : hi@idntimes.com

2.1.3 Logo dan Makna *IDN Times*

Gambar 2. 8 Logo pena dari *IDN Times*



Sumber: Sekretaris Redaksi *IDN Times*

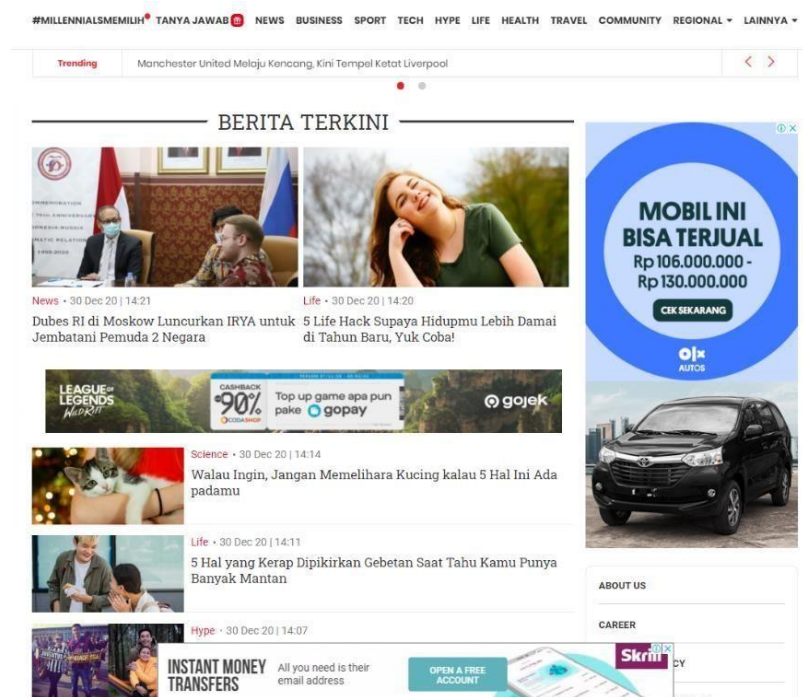
IDN Media terlahir dari coretan pena Winston pada selembar kertas kosong. Coretan tersebut melahirkan sebuah suatu kreatifitas, konten yang berwawasan, dan berdampak positif. Hingga pada akhirnya, *IDN Times* menjadi sebuah media untuk milenial dan generasi Z. Logo *IDN Times* merupakan *Iconic Pen* yang bermakna sebagai simbol harapan, inspirasi, ide, mimpi, dan melahirkan sebuah kreatifitas.

2.1.4 Bisnis *IDN Times*

IDN Times mendapatkan penghasilan melalui pemasangan iklan, sindikasi, dan *mobile*. Sindikasi merupakan sistem tukar menukar berita. Dalam sindikasi ini, *IDN Times* menayangkan berita-berita menarik yang dibuat oleh media lokal dengan sistem kerja sama tertentu. Sementara dari *mobile*, *IDN Times* mendapatkan penghasilan melalui tayangan dan aplikasi pada *smartphone*.

Setiap bulannya, terdapat 40 juta orang yang membuka situs web *IDN Times*. Hal tersebut membuat banyak perusahaan memasang iklan di situs web *IDN Times*. Pada Gambar 2.9 menampilkan iklan yang telah berkerjasama dengan *IDN Times*.

Gambar 2. 9 Iklan di *IDN Times*



Sumber: situs web *IDN Times*

2.1.5 Kanal *IDN Times*

Berdasarkan tampilan yang ada di laman *IDN Times*, terdapat beberapa kanal yang menyediakan beragam informasi. Kanal tersebut diantaranya politik, bisnis, olahraga, teknologi, *hype*, kehidupan, kesehatan, wisata, sains, makanan, fiksi, otomotif, pria, dan opini.

2.1.6 Susunan Redaksi *IDN Times*

Pada susunan redaksi, Uni Zulfiani Lubis selaku Pemimpin Redaksi bertanggung jawab penuh atas mekanisme dan mengawasi seluruh kegiatan redaksional. Di bawah kepemimpinan Uni Lubis, ada yang membantu dan mendampingi sebagai Wakil Pimpinan Redaksi yaitu Umi Kalsum. Pemimpin redaksi dan wakil pemimpin redaksi dibantu oleh sekretaris redaksi bernama Restu Putri. Posisi sekretaris berada tepat di bawah posisi pemimpin redaksi dan wakil pemimpin redaksi.

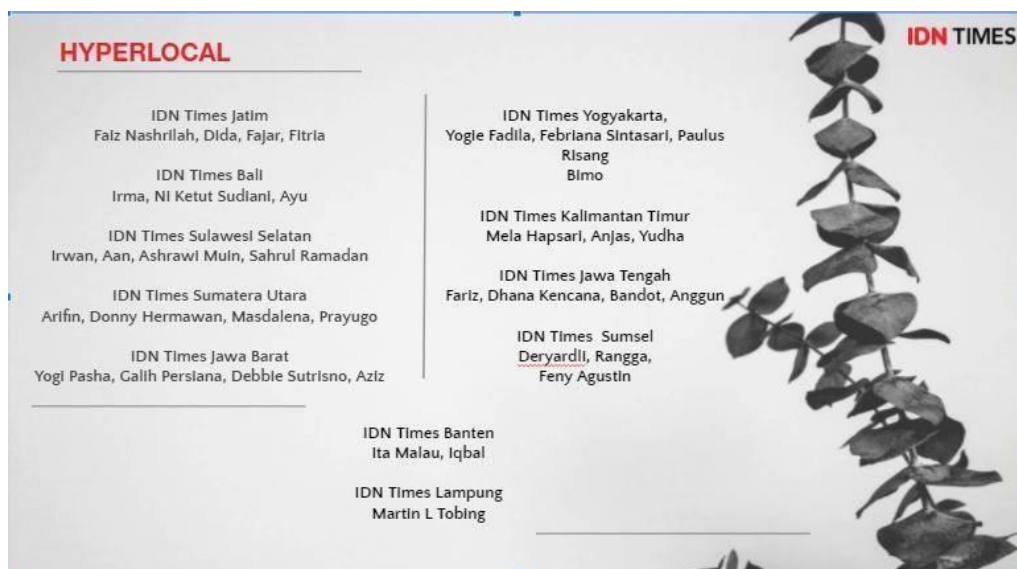
Divisi video bertanggung jawab langsung kepada pemimpin redaksi, sedangkan untuk redaksional bertanggung jawab kepada wakil pemimpin redaksi. Divisi video memiliki beberapa produser yang memegang program yang berbeda-beda. Panji Galih Aksoro dan Fiqih Damarjati merupakan *Creative Video Producer IDN Times* yang memegang *Sixty Second IDN Times*. Posisi penulis sebagai anak magang berada di bawah naungan produser tersebut.

Gambar 2. 10 Struktur Redaksi *IDN Times*



Sumber: Sekretaris Redaksi *IDN Times*

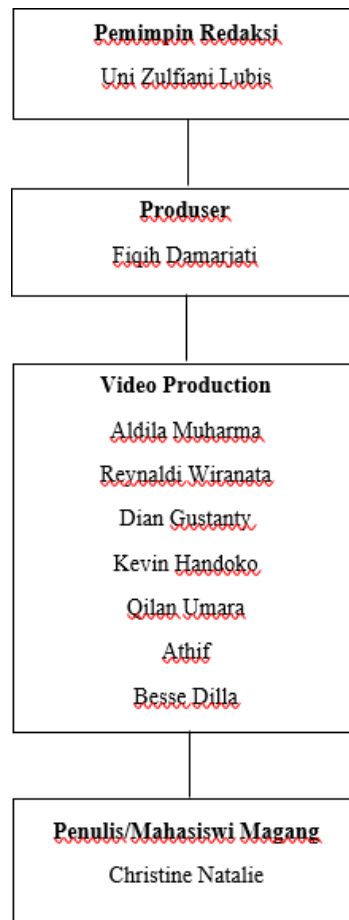
Gambar 2. 11 Struktur Redaksi *IDN Times Hyperlocal*



Sumber: Sekretaris Redaksi *IDN Times*

2.2 RUANG LINGKUP KERJA DIVISI EDITOR

Bagan 2.1 Ruang Lingkup Kerja Video Editor *IDN Times*



Sumber: Olahan Penulis

Setiap mahasiswa yang melakukan kerja praktik magang di *IDN Times*, akan mendapatkan editor atau produser yang menjadi mentor. Editor menjadi mentor bagi reporter, sedangkan produser menjadi mentor bagi anak magang divisi video. Uni Zulfiani Lubis selaku pemimpin redaksi yang menempatkan anak magang pada tiap-tiap mentor. Tujuannya agar mempermudah dalam berkoordinasi penugasan harian maupun mingguan. Selama lima bulan, penulis berada dalam dua naungan produser.

Pada bulan Juli hingga Oktober, penulis berada dalam naungan Panji Galih Aksoro selaku *Creative Video Producer*. Namun, Kak Galih mengundurkan diri dari *IDN Times* pada bulan Oktober sehingga penulis diarahkan pada naungan Fiqih Damarjati selaku pengganti Galih. Produser memberikan arahan, tugas, dan

bertanggung jawab atas video yang telah dimuat oleh anak magang. Anak magang harus bertanggung jawab pada produser, sedangkan produser bertanggung jawab kepada pemimpin redaksi.

Dalam melaksanakan praktik kerja magang, penulis ditempatkan pada posisi video editor di divisi video. Penulis memiliki tugas utama untuk memproduksi video 60 detik yang akan diunggah untuk platform Instagram dan TikTok. Pada pagi hari, penulis harus memilih artikel yang ada di situs web *IDN Times*. Dalam sehari penulis ditugaskan untuk membuat delapan video dari empat artikel. Setiap artikel yang telah dipilih oleh penulis harus diajukan terlebih dahulu kepada produser untuk mendapatkan persetujuan. Penulis mengajukan pilihan artikel melalui grup WhatsApp divisi video. Ketika produser sudah setuju akan pemilihan artikel, penulis membuatnya menjadi empat video Instagram dan empat video TikTok.

Setelah pengeditan video selesai, penulis harus mengunggah hasil video tersebut ke Google Drive yang telah disediakan oleh divisi video. Kantor menyediakan satu buah *smartphone iPhone 6* yang khusus disediakan untuk mengunggah setiap konten video ke Instagram @IDNTimes.Video. Penulis menggunakan *smartphone* tersebut untuk mengunggah konten video Instagram yang telah diedit. Penulis hanya berkewenangan untuk mengunggah konten video berita di Instagram. Sementara untuk TikTok, penulis tidak berkewenangan untuk mengunggahnya sendiri karena sudah ada divisi lain khusus yang menangani aplikasi TikTok. Penulis juga membuat *caption* untuk setiap video yang akan dimuat di Instagram. *Caption* tersebut dikirimkan melalui grup WhatsApp agar memudahkan pengunggahan ke Instagram @IDNTimes.Video.