

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

KapanLagi Youniverse atau disebut KLY adalah sebuah perusahaan dunia berita digital yang didirikan agar dapat memenuhi kebutuhan berita harian pembacanya dengan menerbitkan berita terbaru dan terpercaya. Informasi yang disajikan oleh KapanLagi Youniverse, yaitu berita, hiburan, olahraga, dan gaya hidup. Selain itu, KapanLagi Youniverse juga membantu merek untuk menyampaikan informasi dan edukasi tentang produk mereka kepada audiens dengan tepat melalui *digital campaigns*, *digital branding*, dan *event management*.

KapanLagi Youniverse telah berdiri sejak 28 Februari 2003 yang didirikan oleh Steve Christian, Eka Wiharto, Ben Subiakto, dan Dian M. Soedarjo. KapanLagi Youniverse telah melakukan tiga kali pergantian nama, yaitu PT KapanLagi Group pada tahun 2003, PT Fimela Network pada tahun 2010, dan PT KapanLagi Network pada tahun 2014. Saat ini, kantor pusat dari KapanLagi Youniverse berlokasi di Jl. RP. Soeroso No.18, Gondangdia, Jakarta Pusat.

2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

2.1.1.1 Visi

“To be the number one online media company in Indonesia that presents 360° solutions through digital concepts with an integrated and comprehensive approach.” (Menjadi perusahaan media online nomor satu di Indonesia yang menghadirkan solusi 360° melalui konsep digital dengan pendekatan yang terintegrasi dan komprehensif).

2.1.1.2 Misi

“Improving the quality of people's lives through technology, innovation, and online services in the digital age and aims to make people smarter and more knowledgeable.” (Meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui teknologi,

inovasi, dan layanan online di era digital dan bertujuan untuk menjadikan masyarakat lebih cerdas dan berpengetahuan).

2.1.2 Logo Perusahaan

Gambar 2.1 Logo KapanLagi Youniverse



Sumber: KapanLagi Youniverse

Kata “You-niverse” memiliki arti, yaitu dunia sekitar yang anda ciptakan sendiri, seperti keadaan, pilihan hidup, teman, dan cara anda memvisualisasikan diri kepada orang lain.

2.1.3 Unit Bisnis KapanLagi Youniverse

Sebagai platform berita digital, KapanLagi Youniverse memiliki beberapa unit bisnis di dalam perusahaannya. Setiap unit bisnis dari KapanLagi Youniverse menyajikan kategori berita tertentu yang dikelola dengan sumber daya yang ahli di bidang tersebut. Hadirnya unit bisnis ini, diharapkan dapat memberikan informasi teraktual dan terlengkap untuk setiap pembacanya. Unit bisnis yang dimiliki oleh KapanLagi Youniverse, yaitu :

- a. KapanLagi.com

Gambar 2.2 Logo KapanLagi.com



Sumber: KapanLagi Youniverse

KapanLagi.com merupakan situs media online yang memberikan informasi seputar dunia *entertainment* dari Indonesia dan mancanegara

terbaru dan sedang hangat diperbincangkan. Tidak hanya dalam tulisan, KapanLagi.com menyajikan konten-kontennya melalui foto dan video, sehingga dapat menarik dan menghibur pembacanya. Moto dari KapanLagi.com, yaitu “Kalau bukan sekarang Kapan Lagi?”. Moto ini diharapkan mempersuasi masyarakat untuk segera mengakses berbagai informasi yang disajikan oleh KapanLagi.com. Selain itu, KapanLagi.com juga menyajikan informasi profil selebritas terkenal di Indonesia, Korea, *Hollywood*, hingga *Bollywood*.

b. Liputan6.com

Gambar 2.3 Logo Liputan6.com



Sumber: KapanLagi Youniverse

Liputan6.com merupakan unit bisnis dengan portal berita yang sudah terdaftar dan terverifikasi Dewan Pers Indonesia. Liputan6.com lebih berfokus menyajikan berita peristiwa terkini yang terjadi di Indonesia dan mancanegara. Liputan6.com selalu menyajikan informasi terbaru dan terakurat dengan akurasi dan ketajaman berita yang tinggi melalui sumber terpercaya.

c. Otosia.com

Gambar 2.4 Logo Otosia.com



Sumber: KapanLagi Youniverse

Otosia.com merupakan unit bisnis portal berita khusus yang membahas tentang perkembangan dan berita terbaru seputar otomotif di Indonesia dan mancanegara. Tak hanya itu, Otosia.com juga sering membagikan berbagai tips dan trik dalam merawat kendaraan mobil dan motor untuk para pembacanya. Selain menjadi portal berita, Otosia.com menjadi platform untuk melakukan jual-beli mobil dan memberikan informasi mengenai daftar harga mobil bagi para pecinta otomotif.

d. Bola.net

Gambar 2.5 Logo Bola.net



Sumber: KapanLagi Youniverse

Bola.net merupakan unit bisnis portal berita yang menyajikan informasi teraktual, tekstual, dan visual seputar berita sepak bola terbaru dengan bahasa yang ringan dan persuasif. Meskipun Bola.net dominan menyajikan berita sepak bola internasional, namun Bola.net juga menyajikan berita sepak bola nasional terbaru. Selain itu, Bola.net menyajikan informasi yang menarik kepada para pecinta sepak bola mengenai kehidupan para pemain bola di luar lapangan dan memberikan informasi jadwal dan skor pertandingan yang diperbarui secara langsung (*real time*).

e. Fimela.com

Gambar 2.6 Logo Fimela.com



Sumber: KapanLagi Youniverse

Fimela.com merupakan unit bisnis portal berita khusus para wanita modern dan memiliki mobilitas tinggi di Indonesia. Berdasarkan survei, sebanyak 8 juta perempuan di Indonesia adalah pengguna internet, namun mereka belum menemukan adanya portal berita yang secara *sophisticated* memberitakan topik yang dekat dengan wanita. Bermula dari survei tersebut, Fimela.com didirikan agar dapat memberikan jawaban untuk keresahan dari para wanita di Indonesia yang membutuhkan portal berita berisi informasi seputar *fashion*, *beauty*, *relationship*, *celebrity*, *lifestyle*, dan masih banyak lagi.

f. Bola.com

Gambar 2.7 Logo Bola.com



Sumber: KapanLagi Youniverse

Bola.com merupakan unit bisnis portal berita khusus para pecinta sepak bola yang menyajikan informasi seputar pertandingan sepak bola terkini di Indonesia dan mancanegara. Berbeda dengan Bola.net, Bola.com lebih dominan membahas berita sepak bola di Indonesia. Tak hanya itu, Bola.com menyajikan kisah-kisah inspiratif dan menarik dari para pemain sepak bola Indonesia dan sosok inspiratif sepak bola lainnya. Untuk menambah pengetahuan dan wawasan pembacanya, Bola.com juga menyajikan berita olahraga lain yang sedang *happening* di Indonesia seperti *E-Sports* dan *MotoGP*.

g. Merdeka.com

Gambar 2.8 Logo Merdeka.com



Sumber: KapanLagi Youniverse

Merdeka.com merupakan unit bisnis hasil dari kolaborasi antara media dan teknologi. Meskipun bukanlah portal berita politik yang pertama, Merdeka.com memiliki mimpi baru, yaitu merdeka berkreasi. Merdeka berkreasi adalah bagaimana suatu informasi disajikan sesuai fakta yang ada dan bisa dipertanggungjawabkan, namun tetap enak untuk dinikmati. Merdeka.com memiliki tujuan, yaitu menjadi media yang dapat diakses oleh jutaan orang melalui teknologi tanpa adanya batasan atau dibatasi.

h. Dream.co.id

Gambar 2.9 Logo Dream.co.id



Sumber: KapanLagi Youniverse

Dream.co.id merupakan unit bisnis situs muslim *lifestyles* yang menyajikan berbagai berita terbaru tentang para artis hingga berbagai peristiwa menarik di dalam negeri dan luar negeri. Dream.co.id berfokus pada berbagai berita seputar *parenting*, *fashion hijab*, kuliner, *travel*, haji, *beauty*, dan masih banyak lagi.

i. Socia

Gambar 2.10 Logo Socia



Sumber: KapanLagi Youniverse

Socia merupakan unit bisnis yang menyediakan jasa dalam membantu *brand* dan *marketer* menemukan *influencers* yang tepat untuk menjalankan *creative marketing campaign*, memproduksi konten, dan menjangkau audiens yang sesuai dengan *target market* dari *brand* tersebut. Selain itu, Socia juga membantu para *influencers* dalam pembuatan konten kreatif dan memberikan kesempatan para *influencers* untuk dapat bekerjasama dengan berbagai *brand* di Indonesia.

j. Brilio.net

Gambar 2.11 Logo Brilio.net

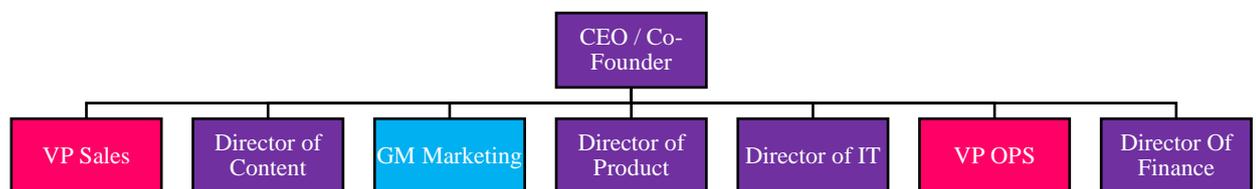


Sumber: KapanLagi Youniverse

Brilio.net merupakan unit bisnis yang menerbitkan konten media yang menarik, unik, dan berbeda bagi generasi muda. Young, Fun, dan Creative sendiri menjadi pondasi dari setiap konten yang diterbitkan oleh Brilio.net. Selain itu, Brilio.net juga mengusung orisinalitas untuk setiap konten-konten yang dibagikannya dengan membahas berbagai topik yang jarang diketahui banyak orang, sehingga bisa menambah pengetahuan dan menginspirasi pembacanya.

2.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan KapanLagi Youniverse

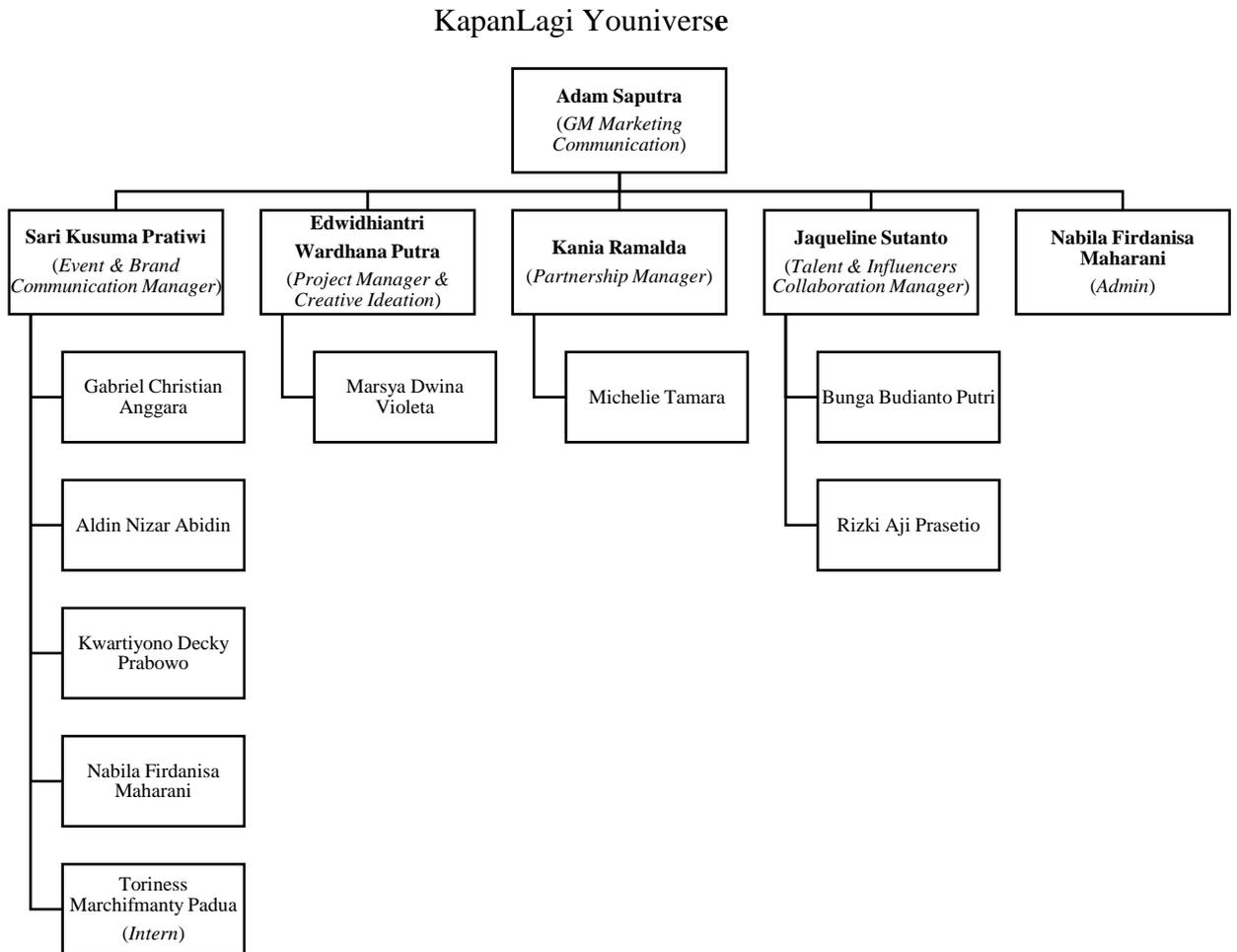
Gambar 2.12 Struktur Organisasi Perusahaan KapanLagi Youniverse



Sumber: KapanLagi Youniverse

2.2 Ruang Lingkup Kerja *Marketing Communication* KapanLagi Youniverse

Gambar 2.13 Struktur Organisasi *Marketing Communication*



Sumber: KapanLagi Youniverse

KapanLagi Youniverse memiliki beberapa departemen dengan tugas dan tanggungjawab tertentu, salah satunya adalah departemen *Marketing Communication*. *Marketing Communication* memiliki beberapa divisi di bawahnya, yaitu :

a. *GM Marketing Communication*

GM Marketing Communication bertugas dan bertanggung jawab merencanakan, mengelola, dan memantau keseluruhan kegiatan dan proses penganggaran *marketing communication*. *GM Marketing Communication* juga mengkoordinasikan tugas dan membuat keputusan penting pada seluruh tim di bawahnya sesuai dengan

struktur kerja. Selain itu, mengevaluasi dan memberikan saran yang membangun pada setiap kegiatan atau acara yang telah dilaksanakan atau sedang dilaksanakan oleh seluruh tim *marketing communication*.

b. *Event & Brand Marketing*

Event & Brand Marketing bertugas merencanakan dan melakukan eksekusi *event* untuk seluruh media di bawah naungan KapanLagi Youniverse, baik yang bersponsor maupun tidak bersponsor. Selain itu, *Event & Brand Marketing* bertugas melakukan koordinasi dengan pihak internal dan eksternal untuk kelancaran jalannya produksi *event*. *Event & Brand Marketing* juga merencanakan dan melakukan kegiatan *branding* untuk seluruh media di bawah naungan KapanLagi Youniverse, seperti membuat materi promo, *merchandise*, dan melakukan *placement* dari materi promo tersebut di dalam lingkungan KapanLagi Youniverse.

c. *Project & Creative Ideation*

Project & Creative Ideation bertugas merencanakan kreatif *event* atau *program* untuk ditawarkan kepada pihak sponsor. Selain itu, *Project & Creative Ideation* bertugas melakukan *monitoring* terhadap *event* yang berhasil terjual oleh tim *sales* dan memastikan seluruh *benefit* sponsor dari paket sudah tereksekusi dengan baik.

d. *Partnership*

Partnership bertugas menjalin dan menjaga hubungan baik dengan berbagai pihak *partner* dalam rangka barter promo. *Partnership* juga melakukan negosiasi, eksekusi, *monitoring*, dan *reporting* dari setiap kerjasama *barter* promo yang dilakukan.

e. *Talent & Influencers Collaboration*

Talent & Influencers Collaboration bertugas mencari dan menghubungi para *talent* dan *influencers* yang akan menjadi bintang tamu atau pembicara dari setiap acara yang akan diselenggarakan oleh tim *Event & Brand Marketing*. Tak hanya itu, *Talent & Influencers Collaboration* bertugas mengurus perjanjian kerjasama

yang biasa disebut MoU antara pihak KapanLagi Youniverse dengan para *talent* dan *influencers*, serta memastikan seluruh kewajiban dan hak *talent* tereksekusi dengan baik. *Talent & Influencers Collaboration* juga bertugas memenuhi *riders* atau berbagai kebutuhan para *talent* dan *influencers* sesuai dengan perjanjian yang telah dibicarakan oleh kedua belah pihak sebelumnya.

f. *Admin Officer*

Admin Officer bertugas menangani dan menghitung seluruh anggaran keuangan yang menjadi pemasukan dan pengeluaran dari departemen *Marketing Communication*. *Admin Officer* juga melakukan koordinasi dengan tim *finance* agar seluruh proses administrasi di departemen *Marketing Communication* berjalan lancar.