

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Profil Perusahaan**

*Merahputih.com* merupakan salah satu dari lima media yang ada dalam PT Merah Putih Media. *Merahputih.com* merupakan media yang berbasis internet dan berdiri sejak 2014 sampai sekarang. Beberapa media lainnya yang tergabung adalah *KamiBijak.com*, *KabarOto.com*, *BolaSkor.com*, dan juga *Side.id*. Pada awalnya, media ini berdiri dari semangat anak muda di Indonesia yang berjiwa nasionalis dan juga idealis. Media tersebut menyajikan beragam berita yang diharapkan dapat menjadi referensi dan sumber informasi bagi pembacanya. Di dalamnya terdapat lima *desk* yaitu Berita, Indonesiaku, Hiburan & Gaya Hidup, Olahraga, dan Berita Foto.

Tujuan utama *Merahputih.com* sendiri ingin menjadi platform yang mampu menginspirasi, mengedukasi, serta informatif bagi pembacanya. Setiap beritanya disajikan informasi-informasi yang bersifat positif dan dapat menginspirasi para generasi muda di Tanah Air. PT Merah Putih Media membentuk tim untuk menjalankan proses kinerja yang baik di dalam redaksi sehingga diharapkan nantinya *Merahputih.com* dapat melebarkan jangkauan pembacanya semakin banyak.

**Gambar 2.1 Logo Perusahaan**



(Sumber: HRD PT Merah Putih Media)

#### **2.1.1 Sejarah *MerahPutih.com***

Joudy Irawan, selaku HRD dari PT Merah Putih Media memberikan informasi tentang sejarah awal bagaimana perusahaan ini berdiri. Pada awalnya, perusahaan yang bergerak dalam bidang media *online* ini didirikan oleh empat orang dengan visi dan misi yang sama. Keempat orang tersebut adalah Seandy

Yudha Anggoro, Andi Bintoro, Marisi Panggabean, dan Andi Prastyawan Tirtayasa dengan perannya masing-masing. Bertemunya keempat pendiri tersebut, menjadikan terbentuknya sebuah perusahaan media *online* dengan tujuan yang kuat. Beberapa tujuan tersebut seperti, menciptakan berita yang akurat dan nyata, mengandung makna dan bobot yang jelas, dan diimbangi dengan kebutuhan dari masyarakat lokal ataupun internasional.

HRD PT Merah Putih Media juga mengatakan, tujuan utama dari media ini adalah mampu memberikan motivasi yang kuat untuk menginspirasi kaum muda. Selain itu, diharapkan anak-anak muda semakin berani dalam memberikan pendapat atau menyatakan aspirasinya secara luas. Dari tujuan tersebut terbentuk adanya *tagline* dari *Merahputih.com*, “Berani Menginspirasi” yang diharapkan dapat menjadi pendorong jiwa kaum muda Indonesia.

Perusahaan terus mengalami perkembangan dan berhasil membesarkan namanya dengan membentuk media baru. Adanya beragam konsep yang beragam dalam *Merahputih.com*, diharapkan dapat meningkatkan kualitas beritanya dan menarik minat khalayak dengan berita-berita yang disajikan. Khalayak dapat mengonsumsi beragam berita sesuai dengan keinginan mereka pada *website* yang sesuai. Misalkan, membaca *Bolaskor.com* atau *Kabaroto.com* untuk bidang olahraga dan otomotif. Selain itu, untuk memperluas jangkauan segmentasi khalayak, PT Merah Putih Media juga membentuk media *online* bernama *Side.id* untuk menjangkau masyarakat yang berada di wilayah sekitar Gading Serpong seperti, BSD dan Alam Sutera. Kemudian, media terakhir yang didirikan adalah *KamiBijak.com* yang dibentuk secara khusus bagi teman tuli dan juga bisu. Dari hal tersebut diharapkan media ini bisa menjadi sarana untuk mengembangkan bakat-bakat mereka melewati keterbatasan (Reziana Oktaviani Nasution, *personal communication*, 28 September 2020).

Di dalam laman *Merahputih.com* terdapat lima kanal. Salah satunya adalah Hiburan & Gaya Hidup yang menjadi *desk* pelaksanaan magang oleh penulis. Penulis hanya berfokus pada kanal artikel *feature* untuk kanal ini dengan tiga bagian di dalamnya, yaitu *Showbiz*, *Fun*, dan *Fashion*. Tidak hanya berfokus pada *desk* Hiburan & Gaya Hidup, penulis juga sering menulis artikel untuk bagian

Indonesiaku. Di dalam kanal Indonesiaku terdapat tiga subkanal yaitu Tradisi, Kuliner, dan Travel. Di bawah ini merupakan penjelasan dari setiap subkanal yang ada di situs tersebut. (Paksi Suryo Raharjo, *personal communication*, 30 September 2020).

a. Tradisi

Pada bagian ini, artikel yang ditulis berkaitan dengan sejarah, kebudayaan, ritual, kebiasaan, adat istiadat, dan kesenian yang berada di seluruh Indonesia.

b. Kuliner

Subkanal kuliner, membahas tentang keberagaman makanan dan juga minuman di Indonesia. Termasuk membahas makanan yang sedang viral di media sosial, mulai dari proses pembuatan, daya tarik, dan juga resepnya. Selain itu, dituliskan juga dalam artikel tentang keunikan dari tempat tersebut.

c. *Travel*

Subkanal *Travel* menjadi salah satu unggulan yang ada di media *Merahputih.com*. Di dalamnya menyajikan beberapa bahasan tentang destinasi wisata, biaya, etika berkunjung, dan kondisi dari suatu tempat yang mencakup wilayah di Indonesia.

d. Hiburan

Kanal Hiburan memberikan beragam informasi tentang kesehatan, kecantikan, *parenting*, otomotif, kehidupan sosial, kebugaran, olahraga, dan industri dunia hiburan. Informasi-informasi tersebut bisa dari masa lalu ataupun yang terbaru.

e. *Showbiz*

Pada subkanal ini, pembaca disajikan beragam informasi yang menarik. Di dalamnya mencakup beberapa informasi yang berkaitan dengan film, musik, dan juga *public figure*.

f. *Fashion*

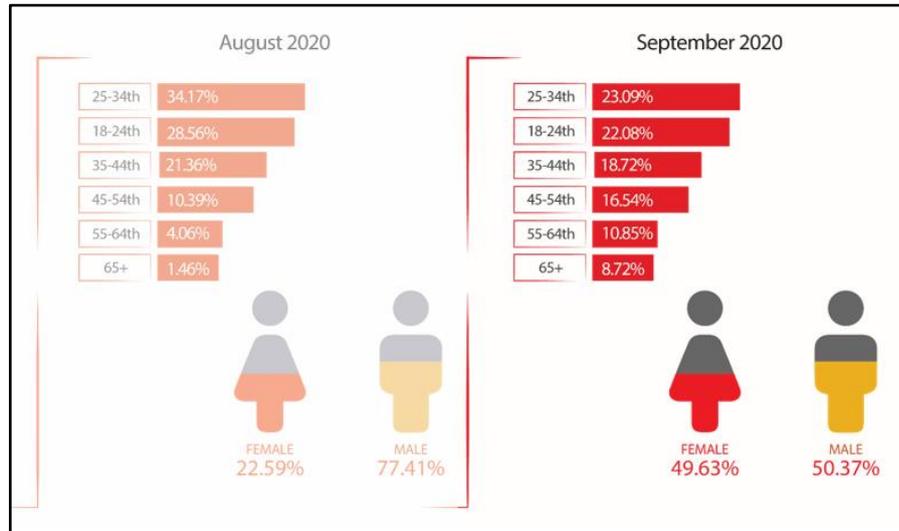
Subkanal ini menjadi salah satu yang paling populer di kalangan anak muda. Artikel di kanal ini memberikan informasi seputar tren di dunia fesyen, mulai dari pakaian, sepatu, aksesoris, dan lainnya.

Penulis memberikan data umum tentang PT Merah Putih Media untuk melengkapi informasi seputar perusahaan.

Nama Perusahaan	: PT Merah Putih Media
Nama Media	: Merahputih.com
Alamat	: Cluster Paramount Hill Golf, Jl. Gading Golf Timur GGT No. 112, Serpong, Tangerang, Banten, Indonesia
No. Telp	: (021) 22227536
E-mail	: <a href="mailto:redaksi@merahputih.com">redaksi@merahputih.com</a>
Website	: merahputih.com
Media Sosial	: a. Facebook: merahputih.com b. Twitter: @newsmerahputih c. Instagram: newsmerahputih d. Youtube: merahputih.com

PT Merah Putih Media selalu mengupayakan untuk perkembangan medianya dengan terus meningkatkan *awareness* dan juga *traffic* dari pembaca. Hal ini dilakukan oleh perusahaan untuk terus memperkenalkan *Merahputih.com* kepada masyarakat luas di Indonesia. Tentunya dengan informasi terkini, baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Kelima cabang media di PT Merah Putih Media selalu memberikan data terbaru terkait jumlah pembaca dan spesifikasi dari target pembaca. Setiap bulannya data jumlah pembaca ini menjadi target untuk menentukan fokus pembahasan berita apa yang banyak diinginkan khalayak.

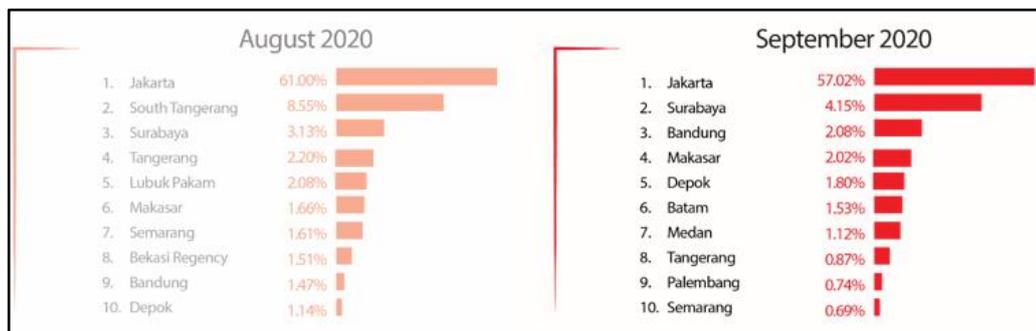
**Gambar 2.2 Data Jumlah Pembaca per Usia dan Jenis Kelamin**



(Sumber: HRD PT Merah Putih Media)

Penulis melakukan proses magang sejak Agustus 2020. Selama proses magang berlangsung, terdapat beberapa data jumlah pembaca setiap bulannya. Pada Agustus 2020 terhitung ada sebanyak 6.449.913 pembaca, sedangkan di September 2020 mengalami kenaikan menjadi 7.483.559 pembaca. Data tersebut menunjukkan pembaca yang dikelompokkan berdasarkan umur dan juga gender. Terdapat jumlah pembaca terbanyak di Agustus 2020 adalah gender laki-laki sebesar 77.41% dan perempuan sebanyak 22.59%. Pembaca terbanyak di Agustus 2020 terdapat pada usia 25 sampai 34 tahun yaitu 34,17%. Sementara itu, pada September 2020 pembaca didominasi oleh laki-laki sebesar 50,37% berbeda tipis dengan jumlah pembaca perempuan.

**Gambar 2.3 Data Angka Pembaca per Wilayah**



(Sumber: HRD PT Merah Putih Media)

Pembaca terbanyak situs *Merahputih.com* pada Agustus 2020 berasal dari wilayah Jakarta yang angkanya mencapai 61.00%. Kemudian, di Tangerang Selatan sebanyak 8.55%, Surabaya 3.13%, Tangerang 2.20%, Lubuk Pakam 2.08%, Makasar 1.66%, Semarang, 1.61%, Bekasi Regency 1.51%, Bandung 1.47%, dan Depok 1.14% selama Agustus 2020. Sementara di September 2020, pembaca di wilayah Jakarta sebanyak 57,02%, Surabaya 4.15%, Bandung 2.08%, Makasar 2.02%, Depok 1.80%, Batam 1.53%, Medan 1.12%, Tangerang 0.87%, Palembang 0.74%, dan Semarang 0.69%.

### **2.1.2 Visi dan Misi**

Berdasarkan data yang diperoleh dari pihak *Merahputih.com*, terdapat beberapa visi dan misi yang diterapkan oleh tim redaksi.

a. Visi

1. Menjadi 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**

Situs *Merahputih.com* juga menargetkan jumlah pembacanya yaitu masyarakat urban yang berusia 25 sampai 35 tahun, baik wanita maupun laki-laki. Tidak hanya itu, media ini juga menargetkan kepada khalayak dengan status sosial kalangan menengah ke atas yaitu mulai dari kelas B sampai A+. Khalayak yang ditargetkan untuk memiliki minat dalam informasi seputar dunia Hiburan & Gaya Hidup serta Indonesiaku, baik itu teknologi, kecantikan, film, fesyen, kesehatan,

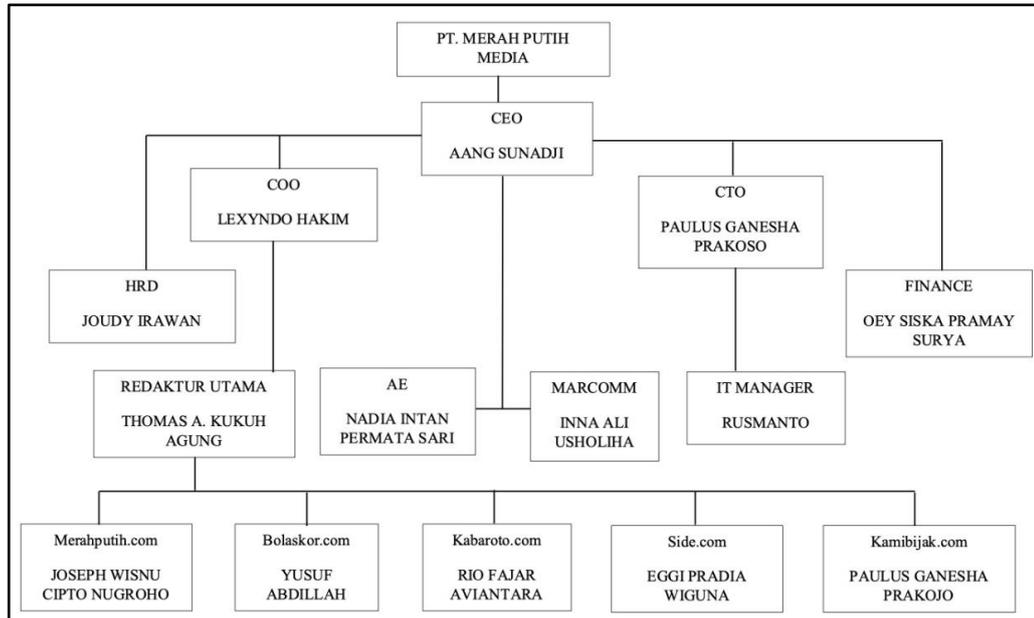
dan beragam informasi lainnya. (Reziana Oktaviani Nasution, *personal communication*, 28 September 2020)

#### **2.1.4 Struktur Organisasi**

Sesuai dengan sejarah perusahaan yang sudah dijelaskan, PT Merah Putih Media memiliki lima media di bawah kepengurusan yang sama. Pada pemimpin tertinggi adalah posisi Chief Executive Officer (CEO) yang dibantu oleh Chief Operating Officer (COO). Kemudian, posisi Chief Technology Officer (CTO), Human Resources Department (HRD), dan Bagian Keuangan (Finance).

Pada posisi tertinggi yaitu CEO PT Merah Putih Media, memiliki tugas dan tanggung jawab dalam pengawasan kepada Account executive (AE) dan pada Marketing Communication. Selain itu, peran CTO sendiri bertanggung jawab serta melakukan kerja sama dengan bagian IT Manager untuk mengatur manajemen teknologi untuk aplikasi dan juga *website* media. Kemudian, COO sendiri berposisi tepat di atas redaktur utama dan kelima media tersebut memiliki pemimpin redaksi. Di setiap media juga dipimpin oleh pemimpin redaksi yang memiliki redaktur pelaksana untuk pihak yang bertanggung jawab atas medianya. Sementara itu, HRD sendiri bertanggung jawab dalam perihal seleksi calon pekerja, memberikan pelatihan kerja, dan memberikan evaluasi untuk para pekerjanya, serta menjalin hubungan dengan para karyawan dalam perusahaan. Pada bagian Keuangan sendiri bertanggung jawab untuk mengelola dan juga mengalokasikan pendapatan serta pengeluaran yang harus dilakukan oleh perusahaan. (Joudy Irawan, *personal communication*, 27 Oktober 2020)

**Gambar 2.4 Struktur Kepengurusan Perusahaan**

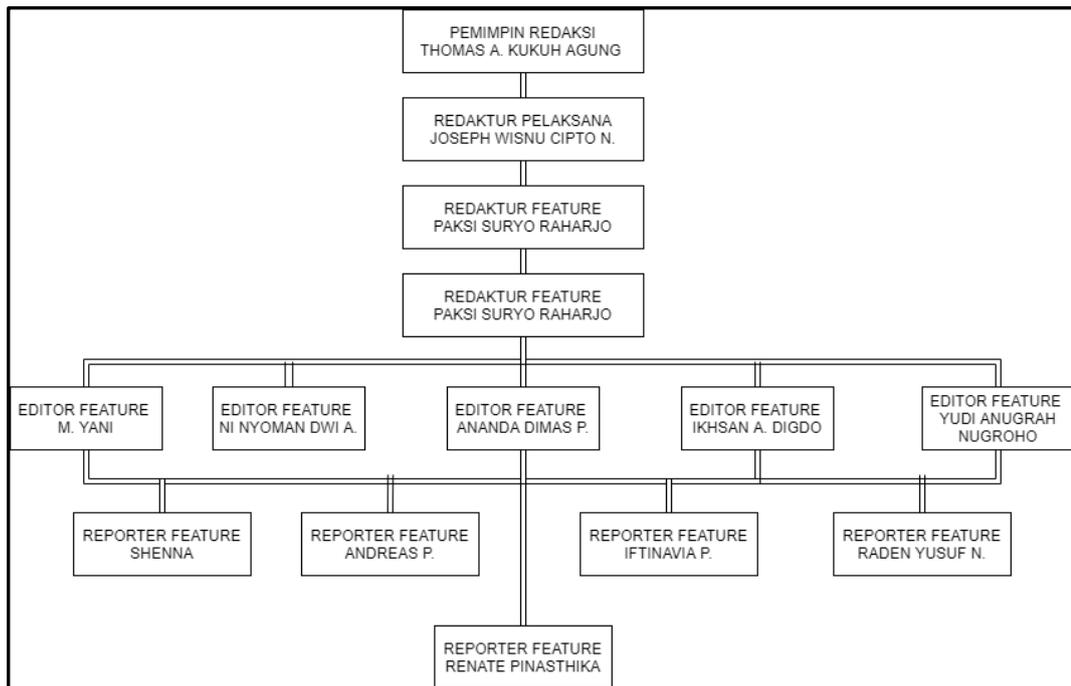


(Sumber: HRD PT Merah Putih Media)

## 2.2 Ruang Lingkup Divisi *Feature*

Redaksi *Merahputih.com* terbagi menjadi enam bagian dengan labelnya masing-masing yang berguna untuk memudahkan pembaca untuk mencari kategori berita yang diinginkan. Label tersebut berupa judul untuk mengategorikan informasi secara lebih spesifik salah satunya seperti kesehatan, teknologi, kecantikan, gim, dan beragam topik lainnya. Para jajaran redaktur *feature* membuat label ini agar nantinya editor dapat menyesuaikan isi artikel dengan label informasi tersebut

Gambar 2.5 Struktur Redaksi Desk Feature *MerahPutih.com*



(Sumber: HRD MerahPutih.com)

Selama proses kerja magang, penulis menjadi reporter di *Merahputih.com* yang juga berada di bawah kepemimpinan Redaktur, Asisten Redaktur, dan Editor. Struktur redaksi ini dikepalai oleh Thomas A. Kukuh Agung selaku Pemimpin Redaksi *Merahputih.com* yang memiliki tanggung jawab mekanisme kerja di tim *feature*. Pemimpin Redaksi bertanggung jawab atas selama proses pengerjaan, mulai dari perencanaan, memimpin rapat redaksi, melakukan koordinasi antardivisi, serta membimbing kelayakan tulisan sebelum terbit menjadi berita di laman *Merahputih.com*. Kemudian, Sekretaris Redaksi, Reziana Oktaviani Nasution bertanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan surat-surat untuk proses liputan serta memantau jalannya proses produksi berita dan kehadiran para pekerja magang. Redaktur *feature* dipimpin oleh Paksi Suryo Raharjo yang berperan dalam proses produksi berita sampai pada publikasi setiap harinya. Redaktur pelaksana tidak bekerja sendiri karena dibantu dengan Asisten Redaktur *feature*, Ni Nyoman Dwi Astarini. Asisten redaktur membantu melakukan proses pemeriksaan hasil liputan para jurnalis agar memenuhi ketentuan serta standar penulisan berita. Desk Feature sendiri memiliki dua editor yaitu M. Yani dan Ananda Dimas. Keduanya

bertugas untuk memeriksa kembali ketepatan penulisan serta sumber data yang diperoleh dari para reporter sebelum dipublikasikan.

Kemudian, untuk reporter feature *Merahputih.com* memiliki kewajiban untuk melakukan proses produksi berita mulai dari mencari, mengumpulkan data-data, melakukan liputan, wawancara, dan tentunya penulisan artikel berita yang sesuai dengan kode etik jurnalistik. Tentunya di dalam artikel tersebut harus mengandung elemen penting yaitu 5W+1H (*What, When, Why, Who, Where, dan How*). Di dalam penulisan *feature* terdapat beberapa topik pemberitaan, seperti mengulas film, biografi sosok, hiburan, dan juga gaya hidup.