

BAB II

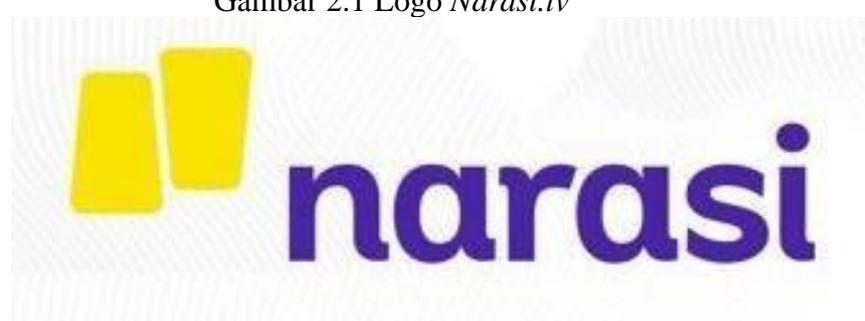
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil *Narasi.tv*

2.1.1 Sejarah *Narasi.tv*

Dilansir dari laman resminya, *Narasi* adalah ruang bersama untuk bertukar ide dan beradu gagasan. Konten-kontennya berkiblat pada idealisme dan nilai-nilai kemajemukan, kritis, dan toleran, serta mendorong setiap anak bangsa agar sukarela menggalas peran. *Narasi* terbentuk untuk menjadi penggerak dan pendorong peran kaum muda. Setiap nama dan peristiwa yang diangkat akan selalu diselidiki dengan teliti, sembari memberi makna pada setiap cerita. Dengan target segmen pembaca anak muda, *Narasi* menyuguhkan program-program perbincangan, reportase, kemasan dokumenter, opini dan ruang interaksi, juga mengelola komunitas, aktivasi dan *event online* dan *offline* melalui kanal digital www.narasi.tv. *Narasi* percaya bahwa jejak digital adalah yang terkemuka di masa sekarang dan setiap mereka yang aktif menebar karya dan energi positif akan turut menular dan semakin menggelora (*Narasi.tv*, n.d., para.1-3).

Gambar 2.1 Logo *Narasi.tv*



Sumber: *Narasi.tv*

Narasi.tv didirikan pada 2017 oleh tiga jurnalis veteran: Dahlia Citra, Catharina Davy, dan Najwa Shihab. Media digital ini

hadir sebagai bentuk kontribusi untuk membangun Indonesia yang lebih baik. Dalam wawancara khusus penulis bersama Laode Khairul Dahlan selaku *Head of HR Narasi.tv*, ia mengungkapkan awal ide *Narasi* tercetus. Bermula dari keresahan ketiga jurnalis veteran tersebut yang prihatin dengan beberapa saluran TV arus utama yang lebih memprioritaskan *rating*. Saat mereka masih bekerja di TV, mereka membuat program yang bertujuan untuk mengedukasi dan menginspirasi. Namun, pada akhirnya harus dihentikan karena *rating* yang kurang memuaskan sebab sebagian besar penonton lebih menyukai jenis program lain. Sering kali, mereka juga dihadapkan pada situasi yang tidak ideal karena sebagian besar acara yang diminati dan disponsori tinggi adalah program dengan *rating* tinggi.

Di sisi lain, ketiganya menyadari bahwa media berperan penting dalam membentuk persepsi publik. Maka, jika terus mengikuti arus *rating* tinggi, pemberitaan akan cenderung lebih banyak membahas isu-isu populer (konflik & sensasi) daripada isu yang penting. Informasi semacam itulah yang tidak membantu membangun pemikiran kritis dan kreatif bangsa Indonesia. Akhirnya, ketiganya memilih untuk mundur bekerja di TV dan membuat suatu hal yang baru. *Narasi* yang diawali dengan *Mata Najwa* dibentuk untuk membangun pemikiran kritis dalam masyarakat dan bergerak menuju Indonesia yang lebih baik, dengan konten yang sesuai dengan nilai-nilai jurnalisisme.

Najwa Shihab mengungkapkan alasan membawa dunia jurnalistik masuk ke dunia digital. Baginya, *platform* digital mampu memberikan lebih banyak ide dan kreasi untuk membuat konten. Bilamana ada suatu program yang kurang diminati audiens, maka kegiatan atau program lain dapat langsung dibuat lagi. Kesempatan ini — *trial & error* — cocok untuk diterapkan di dunia digital sebab data daring yang peroleh cukup jelas sehingga media dapat melakukan evaluasi yang jauh lebih ketat (*IDNTimes*,

2018, para. 13-15).

Untuk mampu bertahan di industri dunia digital, *Narasi* fokus pada pilar 3C, yaitu *content, collaboration and community*. Namun, sebelum melakukan kolaborasi dan menjangkau komunitas, konten yang diproduksi harus benar-benar berkualitas. Setelah itu, barulah berkolaborasi dengan media ataupun orang lain (*Key Opinion Leader*) yang memiliki nilai yang sama dengan *Narasi*. Selain itu, *Narasi* juga memiliki komunitas untuk memperkuat nilai *Narasi*. *Narasi* biasanya mengadakan lokakarya dan kegiatan lain untuk melibatkan anggotanya sehingga mereka dapat belajar tentang cara menjadi pembuat konten yang berkualitas, atau setidaknya memiliki pengetahuan yang baik tentang konten, dan dampaknya bagi orang lain yang menonton konten mereka.

Sampai laporan ini ditulis, *Narasi.tv* telah berusia 3 tahun. Tema program yang ditayangkan sangat beragam, mulai dari *Entertainment, Sport, Newsroom, Stories, Talks*, hingga *Classroom*. Setiap bagian temanya pun memiliki beberapa program lagi di dalamnya. Salah satunya, *Newsroom* berisi program *Mata Najwa, Buka Mata*, dan *Buka Data*. *Narasi.tv* memudahkan audiensnya untuk dapat mengakses seluruh beritanya secara gratis melalui situs resmi dan media sosial.

Di media sosial, *Narasi.tv* telah memiliki lebih dari 30 ribu pengikut di *Facebook*, lebih dari 700 ribu pengikut di *Instagram*, lebih dari 80 ribu pengikut di *Twitter*, lebih dari 130 pengikut di *TikTok*, dan lebih dari 200 ribu pelanggan di *Youtube* per September 2020. Di samping itu, *Narasi* juga melakukan diversifikasi pada media sosialnya. Khususnya media sosial dari program *Narasi* tempat penulis melakukan kerja magang, misalnya *Narasi Newsroom* yang memiliki lebih 350 ribu pengikut *Instagram* dan lebih dari 30 ribu pengikut *Twitter*. Selain itu, program *Mata Najwa* yang

juga diunggah di kanal *Youtube* Najwa Shihab telah memiliki lebih dari 5 juta pelanggan per September 2020.

2.1.2 Data Umum *Narasi.tv*

Nama Perusahaan : PT Narasi Citra
Sahwahita Nama Media : Narasi.tv
Alamat : Intiland Tower Lt. 20
Jl. Jend. Sudirman Kav. 32, Jakarta Pusat,
10220
No. Telepon : 021-57939176
Fax : 021-57930649
Email Redaksi : redaksi@narasi.tv
Website : <https://www.narasi.tv/>
Media Sosial : 1. Facebook : Narasi.tv
2. Instagram : @narasi.tv
3. Twitter : @narasi.tv
4. TikTok : @narasi
5. Youtube : Narasi.tv



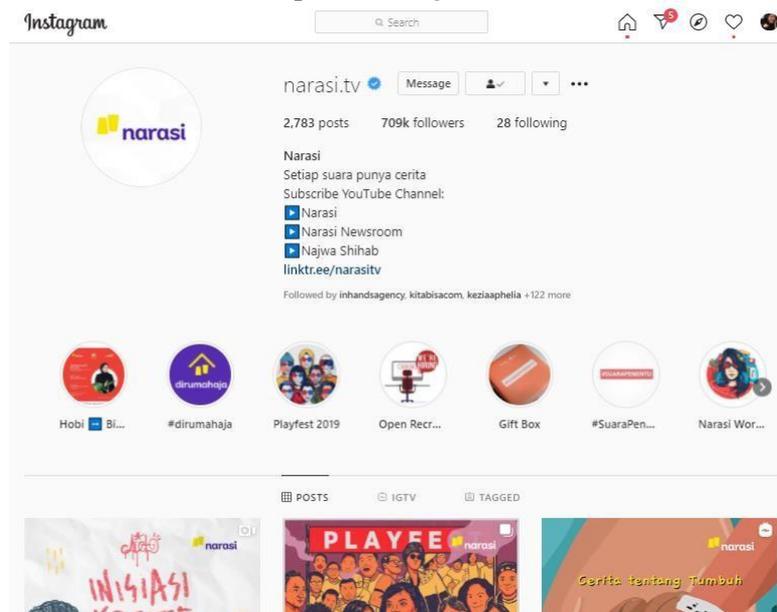
Sumber: Dokumentasi Penulis (<https://www.narasi.tv/>)

Gambar 2.3 Tampilan *Facebook Narasi.tv*



Sumber: Dokumentasi Penulis (<https://www.facebook.com/narasi.tv>)

Gambar 2.4 Tampilan *Instagram Narasi.tv*



Sumber: Dokumentasi Penulis (<https://www.instagram.com/narasi.tv/>)

Gambar 2.5 Tampilan *Twitter Narasi.tv*



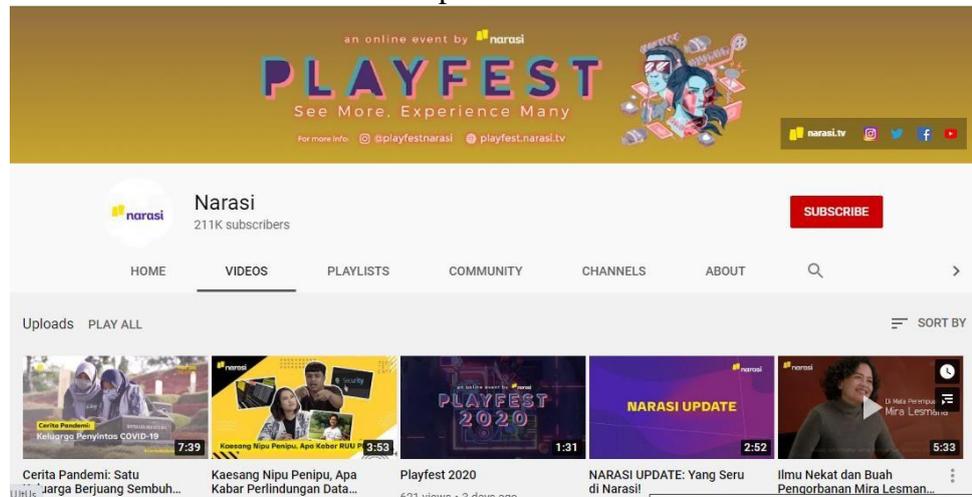
Sumber: Dokumentasi Penulis (<https://twitter.com/narasity>)

Gambar 2.6 Tampilan *TikTok Narasi.tv*



Sumber: Dokumentasi Penulis (<https://vt.tiktok.com/ZS549Qrc/>)

Gambar 2.7 Tampilan Youtube Narasi.tv



Sumber: Dokumentasi Penulis
(<https://www.youtube.com/c/NarasiChannel>)

2.1.3 Visi dan Misi *Narasi.tv*

Berdasarkan data eksklusif yang penulis peroleh dari perusahaan, berikut adalah visi dan misi *Narasi.tv*.

Visi : menjadi media yang terpercaya bagi kepentingan masyarakat umum dalam memvalidasi informasi dan menampung suara untuk menumbuhkan generasi yang lebih cerah.

(becoming a trustworthy media for the general public interest in validating information and accommodating voices to cultivate a brighter generation).

Misi : memberdayakan suara untuk generasi yang lebih cerah.

(empowering voices for brighter generation).

Gambar 2.8 Visi dan Misi *Narasi.tv*



Sumber: Dokumen Internal *Narasi.tv*

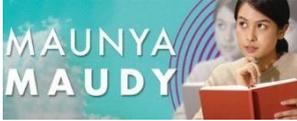
Narasi.tv menerapkan 3 pilar utama agar mampu bertahan di industri media digital, yaitu 3C: *Content*, *Community*, dan *Collaboration*. Membuat konten yang berkualitas adalah prioritas utama, kemudian membuat komunitas sebagai pemasok konten berkualitas, dan pada akhirnya berkolaborasi dengan pihak lain agar konten *Narasi* tersebar lebih luas dan mampu menjangkau audiens lebih banyak. Selain tiga pilar tersebut, *Narasi* juga memegang nilai-nilai perusahaan yang diimplementasikan pada setiap karya dan kegiatan yang dilakukan, yakni nilai **anti korupsi, toleransi, dan partisipasi**.

2.1.4 Kanal *Narasi.tv*

Berdasarkan informasi dari laman resmi <https://www.narasi.tv/>, berikut adalah rangkuman kanal yang terdapat dalam editorial *Narasi.tv*.

Tabel 2.1 Daftar Kanal *Narasi.tv*

KANAL	KETERANGAN
ENTERTAINMENT	
Duo Budjang 	<i>Podcast</i> dalam format <i>video live</i> yang menjadi teman <i>ngobrol</i> anak-anak muda. Topik yang dibawakan beragam dan ringan. Selain itu, ada pula <i>games</i> , <i>challenge</i> , kuis, dan <i>flash news</i> yang dibawakan oleh Duo Budjang.
Teppy O Meter 	<i>Review</i> film yang dikemas dengan menarik, ringan, dan santai. Dibawakan oleh seorang host bernama Teppy yang akan memberikan <i>rate film</i> di akhir <i>review</i> .
Sarah Secharian 	Berisi keseharian Sarah Sechan dengan konsep <i>vlog</i> (<i>video blog</i>).
Buka Buku 	Berisi hal-hal yang berhubungan dengan buku atau bacaan, seperti <i>review</i> buku, wawancara penulis, diskusi, bedah buku, dan rekomendasi buku.
Mata Mata 	Berisi konten-konten yang berbasis di luar negeri. “Mata-mata” adalah sebutan bagi kontributor <i>Narasi</i> yang melaporkan atau membawakan program dari lokasi mereka berada (luar negeri).
TALKS	
Tompi & Glenn	Konten yang menggabungkan pembahasan antara musik dan isu politik & sosial. Dikemas dengan format

	<p>bincang-bincang dan diskusi bersama narasumber yang disisipkan musik dan nyanyian oleh Tompi & Glenn.</p>
<p>Catatan Najwa</p> 	<p>Catatan Najwa dibawakan oleh Najwa Shihab, membahas topik-topik yang menarik dibahas. Mulai dari isu politik dan sosial hingga isu kekinian yang akrab dengan anak muda. Beberapa kontennya berkolaborasi dengan figur publik.</p>
<p>STORIES</p>	
<p>Tech It Easy</p> 	<p>Kanal yang membahas seputar teknologi yang dikemas dengan ringan dan santai, serta bergaya anak muda.</p>
<p>Narasi People</p> 	<p>Konten <i>feature</i> yang membahas isu kehidupan, kemanusiaan, budaya, dan lainnya. Peristiwa atau isu dikemas dengan dalam (<i>indepth</i>) dan bernilai <i>human interest</i>.</p>
<p>Maunya Maudy</p> 	<p>Kanal yang dibawakan oleh Maudy Ayunda, berisi keseharian dan kegiatan Maudy seputar pendidikan.</p>
<p>NEWSROOM</p>	
<p>Mata Najwa</p> 	<p>Program <i>talkshow</i> yang dipandu oleh Najwa Shihab. Kanal ini berisi pembahasan tajam berbagai isu penting, terutama politik dan hukum, untuk memberikan perspektif yang komprehensif bagi audiens.</p>
<p>Buka Mata</p> 	<p>Kanal ini berisi konten investigasi (<i>indepth</i>) yang membahas atau mengungkap berbagai peristiwa dan isu yang mungkin 'tersembunyi' dan tak terlihat oleh publik.</p>
<p>Buka Data</p> 	<p>Konten yang berisi pembahasan sebuah isu atau pertanyaan dengan menyuguhkan data-data ilmiah, survei, dan penjelasan dari para ahli.</p>
<p>SPORT</p>	

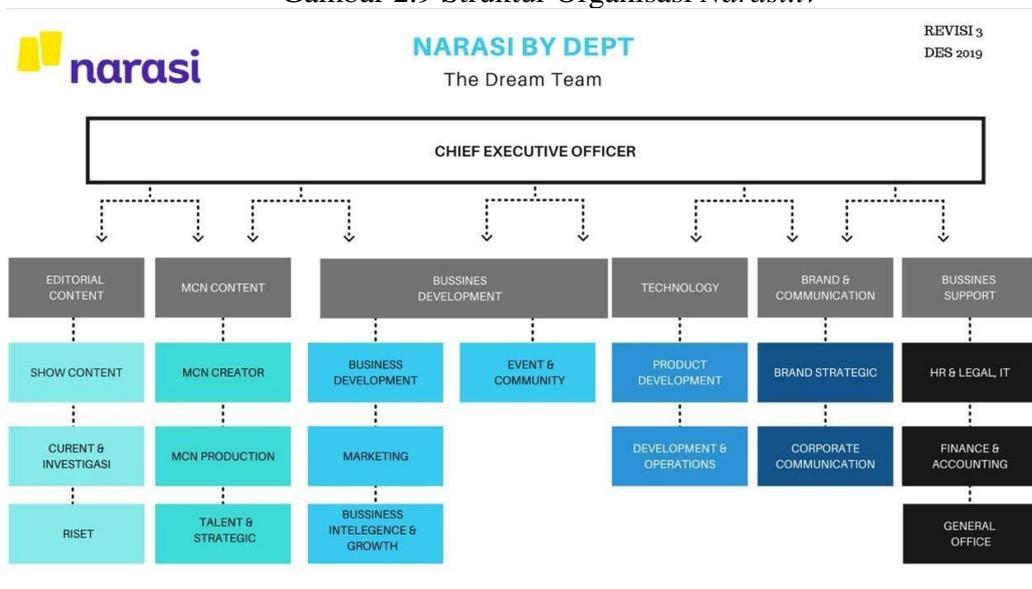
<p>Kamar Ganti Pandit</p> 	<p>Kanal yang membahas seputar dunia sepak bola.</p>
<p>CLASSROOM</p>	
<p>Narasi Classroom (Exclusive Content)</p> 	<p>Konten eksklusif yang menyediakan kelas belajar bagi audiens dengan berbagai tema dan menghadirkan pembicara yang kredibel dan berpengalaman dibidangnya.</p>

Sumber: Diolah Penulis

2.1.5 Struktur Organisasi *Narasi.tv*

Saat pertama kali penulis tergabung di bagian Editorial, struktur organisasi *Narasi.tv* yang berlaku adalah sebagai berikut.

Gambar 2.9 Struktur Organisasi *Narasi.tv*

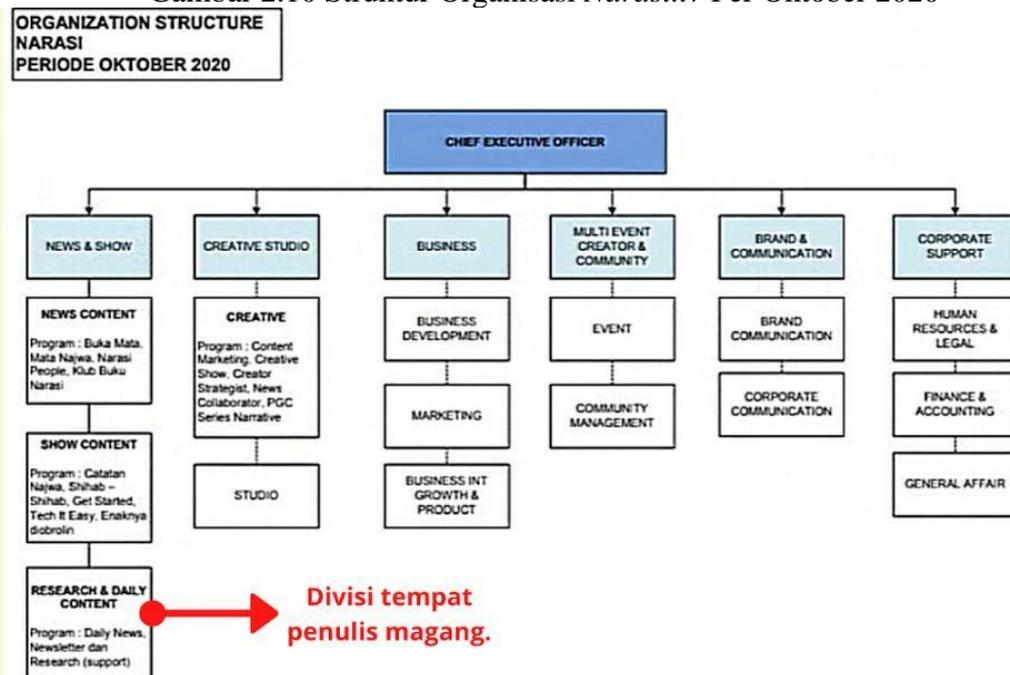


Sumber: Dokumen Internal *Narasi.tv*

Penulis menempati posisi sebagai *Daily Content Intern*, yang merupakan bagian dari Riset, departemen *Editorial Content*. Namun, pada pertengahan Agustus hingga Oktober, terjadi restrukturisasi, yaitu penataan kembali struktur organisasi

Narasi.tv. Oleh karena itu, terjadi beberapa perubahan struktural dan berikut adalah susunan struktur organisasi terbaru *Narasi.tv* dari dokumen internal perusahaan yang diberikan *Head of HR Narasi.tv* kepada penulis.

Gambar 2.10 Struktur Organisasi *Narasi.tv* Per Oktober 2020



Sumber: Dokumen Internal *Narasi.tv*

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi *Research & Daily Content*

Divisi *Research & Daily Content* merupakan bagian dari departemen *News & Show*. Seperti pada gambar 2.9, divisi *Research & Daily Content* menangani program *daily news*, *newsletter*, dan *research* sebagai pendukung (*support*) program-program di *Narasi.tv*. Divisi ini bertugas untuk melakukan riset latar belakang (*background*) dan data-data yang diperlukan untuk menunjang kekuatan dan kredibilitas pelaporan ataupun tayangan *Narasi.tv*, terkhusus konten jurnalistik. Secara struktural, divisi *Research & Daily Content* terdiri dari posisi *Head of Research*, *Coordinator of Research*, *Senior Researcher*, *Researcher*, dan *Research & Daily Content Intern*. Setiap posisi tersebut memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut.

1. Head of Research

- Bertanggung jawab atas konten-konten yang tayang di *Narasi.tv*.
- Mengelola hal-hal manajerial, mulai dari *budgeting*, manajemen SDM, hingga evaluasi.
- Melakukan *cross check* konten (isi, *angle*, dsb.) sebelum ditayangkan ke publik.

2. Coordinator of Research

- Mengusulkan proyeksi tema untuk *Daily Content Narasi Newsroom*.
- *Brainstorming* kebutuhan data-data riset yang diperlukan untuk mendukung suatu topik reportase.
- Berkoordinasi dengan periset lain untuk pembagian tugas riset.
- Sebagian besar terlibat dalam riset untuk program-program non-*Mata Najwa*.

3. Senior Researcher

- Mengusulkan ide dan terlibat dalam *brainstorming* tema *Mata Najwa* setiap minggu.
- Menghubungi narasumber potensial untuk dihadirkan di program *Mata Najwa*.
- Melakukan riset mendalam dan *pre-interview* untuk menunjang program *Mata Najwa*.
- Menyediakan bahan VT dan grafik untuk ditayangkan di program *Mata Najwa*.
- Meriset dan memproduksi program *Buka Data*.

4. *Researcher*

- Mengusulkan ide dan terlibat dalam *brainstorming* tema *Mata Najwa* setiap minggu.
- Menghubungi narasumber potensial untuk dihadirkan di program *Mata Najwa*.
- Melakukan riset mendalam dan *pre-interview* untuk menunjang program *Mata Najwa*.
- Meriset dan memproduksi program *Buka Data*.
- Menyediakan bahan *videotape (VT)* dan grafik untuk ditayangkan di program *Mata Najwa*.

5. *Research & Daily Content Intern*

- Melakukan riset untuk konten yang akan tayang/terbit di *Narasi Newsroom (Instagram, Youtube, Website, dll)*, termasuk *Daily Content*, program *Mata Najwa*, *Catatan Najwa*, *Buka Data*, dan *Buka Mata*.
- Melakukan transkrip *pre-interview* narasumber *Mata Najwa*.
- Menghubungi narasumber untuk keperluan reportase.
- Melakukan reportase untuk *Daily Content Narasi Newsroom*.
- Menulis artikel harian untuk *Daily Content* di Instagram *Narasi Newsroom*.
- Menyunting video liputan (*editing video*).

Secara keseluruhan, ruang lingkup kerja divisi *Research & Daily Content* adalah melayani kebutuhan riset data atau informasi dari program mana pun yang membutuhkan bantuan tim riset. *Head of Research Maulida Sri Handayani* menjelaskan bahwa divisi *Research & Daily Content* dipandang lebih otoritatif dibanding divisi lain dalam hal membaca dan mengolah data karena secara khusus memiliki kemampuan riset yang baik. Divisi ini sudah terlatih dan memiliki kemampuan untuk dapat memilah data yang valid di tengah banjirnya hoaks dan infodemik.

Maulida juga menjelaskan, program-program yang membutuhkan bantuan riset dapat mengajukan permohonan riset melalui surel yang ditujukan kepada tim riset. Kemudian, pengajuan tersebut akan diterima oleh *Coordinator of Research* Frendy Kurniawan untuk diproses. Biasanya Frendy akan mengatur pembagian tugas riset ke periset lain dan juga pemegang. Permohonan riset ini diajukan program lain apabila program tersebut memerlukan data yang kompleks sehingga dibutuhkan kecakapan divisi *Research & Daily Content* untuk mencari dan mengolah informasi.

Divisi *Research & Daily Content* melayani kebutuhan riset *Daily Content Newsroom* dan *Mata Najwa* secara reguler. Selebihnya, divisi ini melayani kebutuhan riset program lain *by request*. Untuk program-program non-*Mata Najwa*, termasuk *Daily Content Narasi Newsroom*, sebagian besar kerja riset ditangani oleh Frendy. Sementara itu, ketiga periset lainnya, Husein, Dewi, dan Gita lebih fokus terlibat dalam melayani kebutuhan riset program *Mata Najwa*.