

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

2.1.1 Latar Belakang

Greeners.co merupakan media online yang bergerak dalam isu lingkungan dan gaya hidup ramah lingkungan dengan bahasa Indonesia. Media ini bergerak dalam ranah online setelah sebelumnya berbentuk cetak sejak tahun 2005 (*Greeners.co*).

Penulis berkesempatan mewawancari Pemimpin Redaksi *Greeners.co* Syaiful Rochman pada 19 November 2020. Dalam wawancara tersebut, ia mengatakan bahwa dahulunya *Greeners.co* merupakan sebuah majalah, “Jadi *Greeners* itu pertama kali terbit dalam bentuk media cetak free magazine, majalah bulanan tahun 2005.” (S. Rochman, *personal communication*, November 19, 2020).

Rochman juga menceritakan bahwa *Greeners.co* dahulu berbentuk yayasan dan berubah menjadi PT Nawala Sakra Asia di tahun 2014. Di tahun yang sama, *Greeners* kemudian beralih ke media online dengan membeli domain *Greeners.co* yang digunakannya hingga saat ini (S. Rochman, *personal communication*, November 19, 2020).

Media dengan tagar #LoveTheEarth ini hadir sebagai pelengkap dan referensi informasi untuk perorangan, komunitas, masyarakat umum, maupun perusahaan dan instansi pemerintah dalam mengkampanyekan gerakan ramah lingkungan lewat berita, artikel, dan ulasan khusus (*Greeners.co*).

Greeners.co sendiri memiliki visi, “menciptakan masyarakat yang cerdas dan ramah lingkungan.” Mereka juga percaya bahwa kelangsungan hidup manusia bergantung pada lingkungan, dan kesejahteraan lingkungan bergantung pada seberapa bijak manusia mengaturnya (*Greeners.co*).

Situs media online *Greeners.co* memiliki pengunjung dominan di rentang usia 18 sampai 24 tahun dengan persentase 41,51 persen, rentang usia 25 sampai 34 tahun sebanyak 37,06 persen, dan rentang usia 35 tahun ke atas sebanyak 21,43 persen (*Greeners.co*). Selain itu, jumlah pengunjung websitenya sendiri berkisar di angka 872 ribu, dan kebanyakan adalah generasi milenial (*Greeners.co*, 2020).

Syaiful juga menceritakan, selain media, *Greeners.co* juga bergerak dalam bidang komunitas, yakni Komunitas Sapu Gunung yang dibangun di tahun 2015, sebagai salah satu cara mereka melakukan aksi penyelamatan lingkungan. “Waktu itu kita punya sapu gunung Indonesia itu komunitas, entitasnya belum resmi tapi karena kita memang belum punya entitasnya lalu mau dibikin yayasan, saya pikir buat apa, karena yaudah bikin action aja kan gak perlu ada lembaga-lembaganya gitu,” (S. Rochman, *personal communication*, November 19, 2020).

Greeners.co memiliki beberapa akun media sosial. Akun instagramnya memiliki followers lebih dari 25 ribu per Desember 2020. Untuk akun Facebooknya, *Greeners.co* memiliki lebih dari 12 ribu penyuka per Desember 2020. Selain itu, akun twitternya juga memiliki lebih dari 1500 pengikut per Desember 2020.

2.1.2 Data Umum Perusahaan

Nama Perusahaan: PT Nawala Sakra Asia

Nama Media: *Greeners.co*

Alamat: Jl. Taman Radio Dalam Raya No 15, Gandaria Utara, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan

Kode Pos: 12140

Telepon: 021-72784567/48

Email: redaksi@greenersmagz.com

Website: www.greeners.co

Instagram: [greeners.co](https://www.instagram.com/greeners.co)

Youtube: greenersdotco

Facebook: Greeners Magazine

Twitter: @Greeners_ID

Arti logo: Pada logo *Greeners.co* terdapat simbol daun berwarna hijau yang diibaratkan sebagai pemantik api pada obor, sebuah penanda semangat lingkungan hidup yang akan terus menyala.

Gambar 2.1 Logo *Greeners.co*



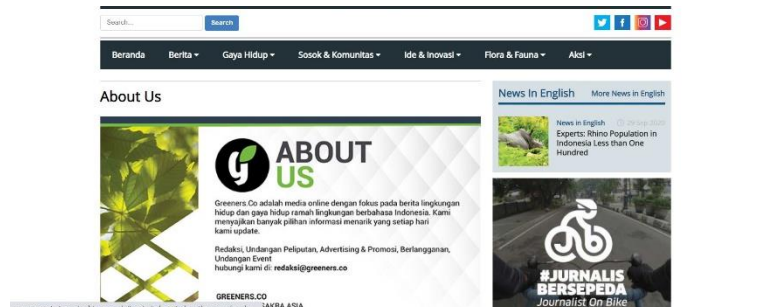
Sumber: *Greeners.co*

Gambar 2.2 Tampilan halaman utama website *Greeners.co*



Sumber: Screen Capture Penulis

Gambar 2.3 Tampilan halaman About Us website *Greeners.co*



Sumber: Screen Capture Penulis

Gambar 2.4 Tampilan Youtube *Greeners.co*



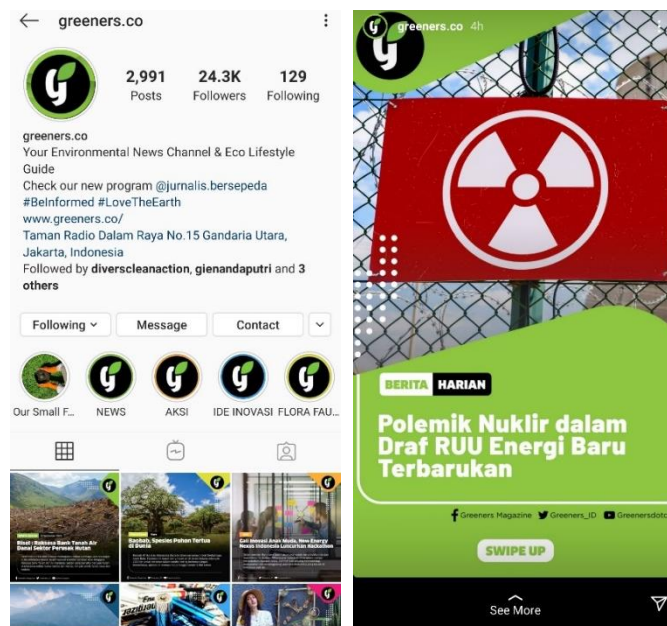
Sumber: Screen Capture Penulis

Gambar 2.5 Tampilan Twitter *Greeners.co*



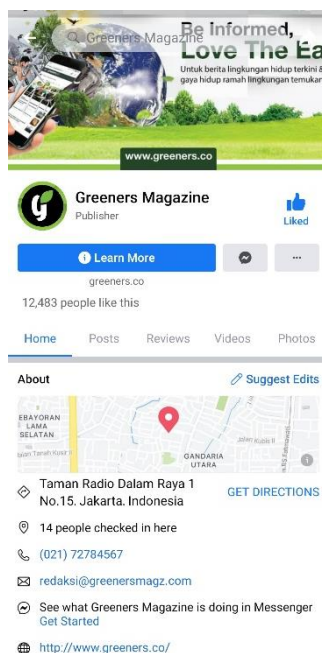
Sumber: Screen Capture Penulis

Gambar 2.6 Tampilan Instagram *Greeners.co*



Sumber: Screen Capture Penulis

Gambar 2.7 Tampilan Facebook *Greeners.co*



Sumber: Screen Capture Penulis

2.1.3 Rubrik *Greeners.co*

Greeners.co memiliki enam rubrik utama yang beberapa rubriknya memiliki sub-rubrik. Berikut merupakan penjelasan dari rubrik *Greeners.co*:

Tabel 2.1 Penjelasan rubrik *Greeners.co*

No	Rubrik	Sub-rubrik	Keterangan
1.	Berita	Berita Harian Editorial <i>News in English</i>	Berita Harian: mengangkat isu lingkungan yang sedang terjadi), Editorial: berisi pembahasan permasalahan lingkungan secara lebih mendalam.

			News in English: berita yang menggunakan bahasa Inggris.
2.	Gaya Hidup	<i>Famous Opinion</i> Mode Sehat Ulasan Tips Komen Kamu	<i>Famous Opinion</i> : mengangkat tentang <i>public figure</i> yang bergerak dalam melestarikan atau menjaga lingkungan. Mode: menguak tentang fesyen yang ramah lingkungan. Sehat: berisi tentang informasi terkait kesehatan. Ulasan: berisi review terkait film, buku, dan hal lain yang terkait dengan lingkungan. Tips: mengangkat tips hidup sehat dan gaya hidup ramah lingkungan. Komen Kamu: merupakan ruang untuk pembaca memberikan jawaban atau saran pada pembahasan yang tertera.
3.	Sosok dan Komunitas	Sosok Komunitas	Sosok: berisi tentang cerita atau informasi dari seseorang yang berjuang dan memiliki kepedulian terhadap lingkungan.

			Komunitas: mengangkat informasi dan cerita tentang komunitas yang bergerak di isu lingkungan.
4.	Ide dan Inovasi	Ide Inovasi	Rubrik yang membahas ide dan inovasi terbaru yang berhubungan dengan lingkungan.
5.	Flora Fauna	Flora Fauna	Flora: membahas tentang tanaman. Fauna: membahas tentang hewan.
6.	Aksi	Aksi	Berisi berita tentang kegiatan atau aksi terkait lingkungan.

Sumber: Media Profil *Greeners.co* yang diparafrase penulis.

2.14 Struktur Organisasi

Pemimpin Redaksi: Syaiful Rochman

Finance: Tommy

Managing Editor: Ixora Devi

Editor: Devi Anggar O. (hingga September 2020)

Reporter: Dewi Purningsih dan Ridho Angga Pambudi (hingga September 2020),
Muhammad Ma'rup

Social Media: Putri Permata N.

Art Director: Rifky Fadzri

Desain Grafis: Ordo Dipo Alam

Project and Relation: Rorry Caturrubya, Dwi Herawati, dan Qothrun Nada

Web Development/IT: Danny M

Kontributor: Dewi Purningsih, Sarah Megumi, Mega Annisa, Krisda Tiofani

(Sumber: Media Profil *Greeners.co* yang telah ditambahkan oleh Penulis)

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Redaksi

Redaksi *Greeners.co* memiliki beberapa divisi pegawai yang menunjang konten mereka di media, yakni pemimpin redaksi, reporter, editor, *managing editor*, *social media*, *art director*, desain grafis, *project and relation*, *web development*, dan kontributor. Layaknya media pada umumnya, pemimpin redaksi merupakan orang yang bertugas memimpin gerakan kegiatan media, pun juga menyusun dan memastikan *agenda setting media* dilakukan dengan tepat.

Reporter dan kontributor berperan untuk menyumbang artikel yang mengisi seluruh rubrik yang ada di *Greeners.co*. Mengingat *Greeners.co* merupakan media alternatif dengan karyawan yang sedikit, reporter dan kontributor di media tersebut harus mengisi slot di hampir seluruh rubrik yang ada. Tidak ada spesifikasi rubrik bagi reporter, pun juga dengan editor. Editor di *Greeners.co* mengedit seluruh artikel rubrik yang disetorkan kepadanya. *Greeners.co* sendiri hanya mengupload minimal tiga berita per hari, mengingat karyawannya yang sedikit dan gaya penulisan mereka yang lebih panjang bila dibandingkan dengan media mainstream.

Seperti editor, *managing editor* bertugas untuk mengedit artikel. Namun, *managing editor* juga mengumpulkan data dan memberikan *feedback* terkait dengan artikel yang dibuat oleh reporter dan kontributor. *Managing editor* juga menyusun jadwal publikasi artikel. Sementara itu, *social media* bertugas untuk mempromosikan artikel yang telah dipublikasikan di *website* ke berbagai platform media sosial yang dimiliki *Greeners.co*. Desain grafis sendiri bertugas untuk membuat poster, infografik, dan video yang digunakan untuk mempromosikan informasi-informasi yang dimuat dalam artikel *website Greeners.co*.

Redaksi *Greeners.co* sendiri memiliki beberapa indikator dalam menyusun *agenda setting* medianya. Syaiful Rochman selaku pemimpin redaksi *Greeners.co*

mengatakan bahwa indikator pertama *Greeners.co* ialah kalender lingkungan. “Nah di lingkungan, itu sudah ada namanya *agenda setting* lingkungan, kita punya kalender lingkungan hidup itu, Januari apa apa apa. Kenapa kita mengacu ke situ? Karena pergerakan NGO masyarakat peduli lingkungan segala macam itu juga mainnya ke situ.” (S. Rochman, *personal communication*, November 19, 2020).

Selain berdasarkan kalender lingkungan hidup, Rochman (*personal communication*, November 19, 2020) juga mengungkapkan bahwa *Greeners.co* memiliki *goals* pribadi redaksi yang berfokus mengangkat tiga topik permasalahan lingkungan, yakni sampah, keanekaragaman hayati, dan perubahan iklim. Rochman mengatakan, tiga isu ini dipilih menjadi *goals* redaksi karena tiga isu tadi merupakan *top of mind* orang-orang yang bergerak dalam isu lingkungan.

Rochman (*personal communication*, November 19, 2020) juga menyampaikan bahwa isu lingkungan yang diangkat *Greeners.co* dilihat berdasarkan kualitas lingkungan hidup yang ada. “Kita gak peduli berapa banyak dana dikucurkan untuk sebuah kegiatan lingkungan, berapa banyak investasi digelondorkan, mau miliaran, triliunan, kalau lingkungannya gak lebih baik, berarti gagal. Kan sesimple itu sebenarnya kalau kita bicara lingkungan hidup.” (S. Rochman, *personal communication*, November 19, 2020).