

BAB II

GAMBARAN UMUM PT ARKADIA DIGITAL MEDIA

2.1 Profil Perusahaan

Gambar 2.1 Gambar Logo PT Arkadia Digital Media Tbk



Sumber: *Company Profile* Arkadia Digital Media 2020

PT Arkadia Digital Media Tbk (I DX: DIGI) adalah sebuah perusahaan *media digital* yang berbasis di Jakarta, Indonesia. DIGI mengelola beberapa *platform media digital*; membuat konten dalam berbagai format untuk penggunaan internal dan eksternal; menyediakan konten yang berharga bagi perusahaan telekomunikasi; serta membangun sinergi dan kerjasama dengan berbagai *media player digital* lokal di daerah di seluruh Indonesia. Resmi mencatatkan diri di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada 18 September 2018, perusahaan yang mengusung slogan sebagai “Grup Media yang Terintegrasi dan Independen”, terutama diketahui yang menaungi portal berita Suara.com, serta beberapa portal baru lain, selain itu juga beberapa unit usaha lainnya.

2.1.1 Sejarah Singkat PT Arkadia Digital Media Tbk

PT Arkadia Digital Media Tbk (DIGI) awalnya didirikan dengan nama PT Bukit Irama pada tanggal 6 Maret 2012. Namun, DIGI tercatat baru memulai kegiatan operasional secara komersial sejak tahun 2017. Kantor pusat DIGI pada awalnya tercatat berlokasi di Gedung Sahid Sudirman Center Lantai 19, Jalan Sudirman Kav. 86, Jakarta. Adapun ruang lingkup kegiatan DIGI sendiri, berdasarkan data Anggaran Dasar Perusahaan adalah bergerak di bidang perdagangan, pembangunan, perindustrian, percetakan, multimedia melalui perangkat satelit dan perangkat telekomunikasi lainnya,

hingga jasa dan investasi.

Menurut Arkadiacorp (2020) pada arkadiacorp.com, DIGI sendiri baru memulai kegiatan operasional secara komersial pada tahun 2017, melalui salah satu entitas anaknya yakni PT Arkadia Media Nusantara (AMN), DIGI resmi meluncurkan portal berita Suara.com pada 11 Maret 2014. Sementara selain itu, usaha jasa penyedia konten melalui Arkadia *Mobile* juga dijalankan.

Sejak 2017 juga kemudian, upaya pengembangan besar-besaran dilakukan oleh DIGI, seiring dengan mulai berpindahkannya pusat operasional ke Jalan Sisingamangaraja No. 21, Kebayoran Baru, Jakarta, yang menjadi alamat resminya saat ini. Di antara upaya pengembangan itu adalah menyiapkan peluncuran beberapa media baru berupa portal vertikal dengan konten-konten berkonsep *niche*. Menurut Arkadiacorp (2020), bertepatan dengan peringatan ulang tahun ke-4 Suara.com pada Maret 2018, meluncurlah tiga portal yaitu Matamata.com (fokus pada dunia *entertainment*), Bolatimes.com (Sepakbola dan olahraga), serta Hitekno.com (sains dan teknologi) lalu, pada Juni 2018, secara hampir bersamaan diluncurkan lagi empat portal baru, yakni Dewiku.com (seputar dunia perempuan), Guideku.com (*F&B* dan *travel*), Mobimoto.com (otomotif), serta Himedik.com (kesehatan).

Gambar 2.2 Gambar Struktur Anak Perusahaan Arkadia



Sumber: *Company Profile* Arkadia Digital Media 2020

Suara.com pertama kali terbit pada 11 Maret 2014, yaitu portal berita yang menyediakan informasi seperti peristiwa politik, bisnis, hukum, sepakbola, entertainment, gaya hidup, otomotif, sains teknologi hingga jurnalisme warga. Menurut Arkadiacorp (2020), audiens Suara.com mayoritas berusia 25-34 tahun. Suara.com dikenal dengan cakupan partnership regional yang luas, sehingga menjadi penyalur berita dan informasi dari media kecil di setiap daerah regional. Penyaluran berita dilakukan menggunakan website, media sosial dan aplikasi Android/Ios.

Gambar 2.5 Gambar Deretan Media Regional yang Menjadi *Partner*



Sumber: *Company Profile* Arkadia Digital Media 2020

2.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Visi:

Our vision is to be a well-respected independent and integrated digital media group in Indonesia that provides neutral, unbiased as well as balanced news and information to our readers. We dare to dream big and work diligently to achieve this vision.

Visi kami adalah menjadi grup *media digital* independen dan terintegrasi yang dihormati di Indonesia yang menyediakan berita dan informasi yang netral, tidak bias, dan seimbang kepada pembaca kami. Kami berani bermimpi besar dan bekerja dengan tekun untuk mencapai visi ini.

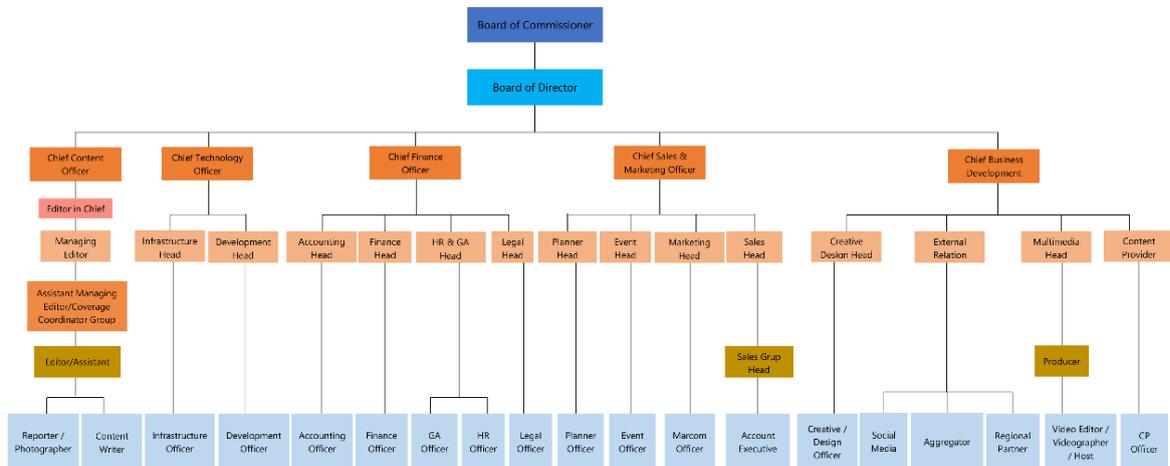
Misi:

We have several missions, including creating and managing various digital media platforms that can become the sources of reliable and interactive information; producing and distributing creative and rich contents; and becoming a workplace destination where creative and talented young people can grow their professionalism.

Kami memiliki beberapa misi, antara lain membuat dan mengelola berbagai *platform media digital* yang dapat menjadi sumber informasi yang andal dan interaktif; memproduksi dan mendistribusikan konten kreatif dan kaya; dan menjadi tujuan tempat kerja di mana kaum muda yang kreatif dan berbakat dapat menumbuhkan profesionalisme mereka.

2.1.4 Struktur Organisasi Suara.com

Gambar 2.6 Struktur Organisasi Suara.com



Sumber: Arsip Suara.com

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

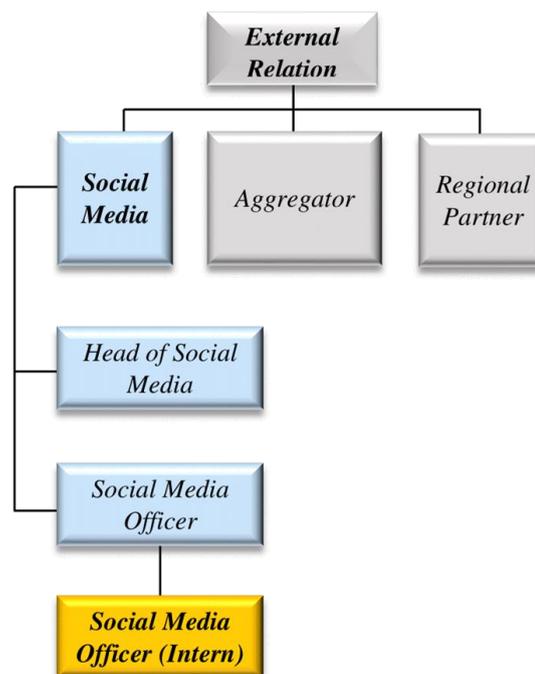
Suara.com terbagi ke dalam beberapa departemen yang memiliki fungsinya masing-masing, yang berguna untuk menunjang aktivitas perusahaan dalam melayani para stakeholders-nya. Departemen tersebut terdiri dari Chief Content

Officer, Chief Technology Officer, Chief Finance Officer, Chief Sales & Marketing Officer, dan Chief Business Development.

Penulis memfokuskan untuk melaksanakan kerja magang pada Divisi Social Media yang berada di bawah lingkup divisi besar External Relations. Hal tersebut dikarenakan divisi Social Media akan berhadapan langsung dengan pihak-pihak stakeholder external Suara.com dan juga bertugas sebagai jembatan informasi, baik dari pihak perusahaan maupun input dari pihak eksternal. Pada bagian Social Media tersebut, terdiri dari Head of Social Media yang bertugas memimpin Divisi Social Media Suara.com dan terbagi lagi ke dalam tim kecil yang disebut Social Media Officer. Posisi jabatan penulis terletak di bawah Tim Social Media Officer, yaitu sebagai Social Media Officer Intern.

Social Media Officer (SMO) bertugas untuk mengelola media sosial Suara.com dan sebagai eksekutor konten di media sosial Suara. Selain itu (SMO) menentukan konten-konten yang sesuai dengan target audiens Suara.com serta melakukan penjadwalan untuk meng-upload konten tersebut. Dalam pelaksanaannya, SMO harus memahami tren yang ada dan karakter audiens Suara.com.

Gambar 2.7 Struktur Divisi Magang



Sumber: Arsip Penulis