

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Gambaran Umum Detik.com

2.1.1 Identitas

Nama	: PT Trans Digital Media, Detik.com
Alamat Kantor	: Gedung Transmedia Lt. 8, Jl. Kapten P. Tendean Kav. 12 - 14A Mampang Prapatan, Jakarta Selatan 12790
Nomor Telepon	: +62 21 79187722
Nomor Fax	: +62 21 22792820
Situs	: www.detik.com
Jenis Situs	: Situs web berita dan hiburan

2.1.2 Profil Singkat

Detik.com merupakan sebuah portal web yang berisikan berita dan hiburan serta artikel daring lainnya di Indonesia. Sejak tanggal 3 Agustus 2011, Detik.com menjadi bagian dari PT Trans Corporation, salah satu anak perusahaan CT Corp. Detik.com tercetus karena keinginan untuk membentuk sebuah *platform* berita *up to date* yang tidak lagi menggunakan karakteristik media cetak yang harian, mingguan dan bulanan. Hingga saat ini Detik.com telah memiliki aplikasi yang dapat diunduh melalui fitur *handphone* masing-masing pengguna untuk memudahkan para pengguna mengakses portal berita.

Selain portal berita utama Detik.com yaitu detik.com, Detik.com merupakan portal kepada situs-situs:

- detikNews (news.detik.com) berisi informasi berita politik-peristiwa;
- detikFinance (finance.detik.com) memuat berita ekonomi dan keuangan;
- detikFood (food.detik.com) memuat informasi tentang resep makanan dan kuliner;

- d. detikHot (hot.detik.com) memuat informasi berisi gosip artis/celebriti dan infotainment;
- e. detiki-Net (inet.detik.com) berisi informasi mengenai olahraga termasuk sepak bola;
- f. detikHealth (health.detik.com) memuat informasi dan artikel kesehatan;
- g. 20detik (tv.detik.com/20detik) memuat original konten video mulai dari *news* sampai *lifestyle*;
- h. detikFoto (foto.detik.com) memuat berita foto;
- i. detikOto (oto.detik.com) memuat informasi mengenai otomotif;
- j. detikTravel (travel.detik.com) memuat informasi tentang liburan dan pariwisata;
- k. detikEvent (event.detik.com) memuat seluruh aktivitas yang diadakan dan kerjasama dengan Detik.com;
- l. detikForum (forum.detik.com) tempat diskusi *online* antar komunitas pengguna Detik.com;
- m. blogDetik (blog.detik.com) tempat pengakses mengisi info atau artikel, foto, video di halaman blog pribadi;
- n. Wolipop (wolipop.detik.com) berisi informasi tentang wanita dan gaya hidup;
- o. Iklan Baris (iklanbaris.detik.com) berisi iklan yang langsung diisi konsumen; dan
- p. Pasangmata (pasangmata.detik.com) informasi berita dari pengguna dan dimoderasi oleh Admin.

2.1.3 Logo

Gambar 2.1 Logo Detik.com

Sumber: Detik.com



2.1.4 Jasa Pelayanan

Detik.com memberikan jasa pelayanan pada bidang media *online* berupa informasi atau berita yang valid dan dapat dipertanggung jawabkan. Melalui media *online* Detik.com memiliki pelayanan umum, meliputi:

a. PasangMata

PasangMata.com adalah media dari Detik.com yang memiliki konsep media warga dengan penulisan artikel yang didasarkan pada fakta aktual berupa berita atau informasi peristiwa yang terjadi di dalam masyarakat. Portal ini dapat diakses melalui situs pasangmata.com atau dapat juga melalui portal utama detik.com.

b. Adsmart

Adsmart diambil dari kata *advertising* dan *SMART targeting* yang dibentuk untuk pasang iklan *online* yang dapat disesuaikan dengan jumlah *budget* yang diinginkan dengan pembayaran fleksibel melalui *direct debit*, bank transfer ataupun *card payment*.

c. Forum

detikForum merupakan laman atau *platform* diskusi seputar gossip artis selebritis terkini, berita politik, berita viral, unik, percintaan berserta gaya hidup, hobi olahraga dan masih banyak lagi.

d. detikEvent

Sesuai dengan nama jasa pelayanannya detikEvent menyediakan layanan pemesanan atau pembelian tiket *event* yang diselenggarakan oleh PT Trans Digital Media ataupun mitra (pihak ketiga) yang telah terikat kerjasama secara resmi.

e. detikPoint

Berbeda dengan detikEvent, detikPoint yang merupakan transformasi detikReward yakni program loyalitas ini memberikan bentuk apresiasi kepada *user* atau pengguna yang telah berkontribusi, berupa poin yang nantinya dapat ditukar dengan hadiah pada detikEvent (*event* yang diselenggarakan oleh Detik.com) ataupun dapat di-*redeem* pada situs poin.detikshop.com.

2.1.5 Visi dan Misi

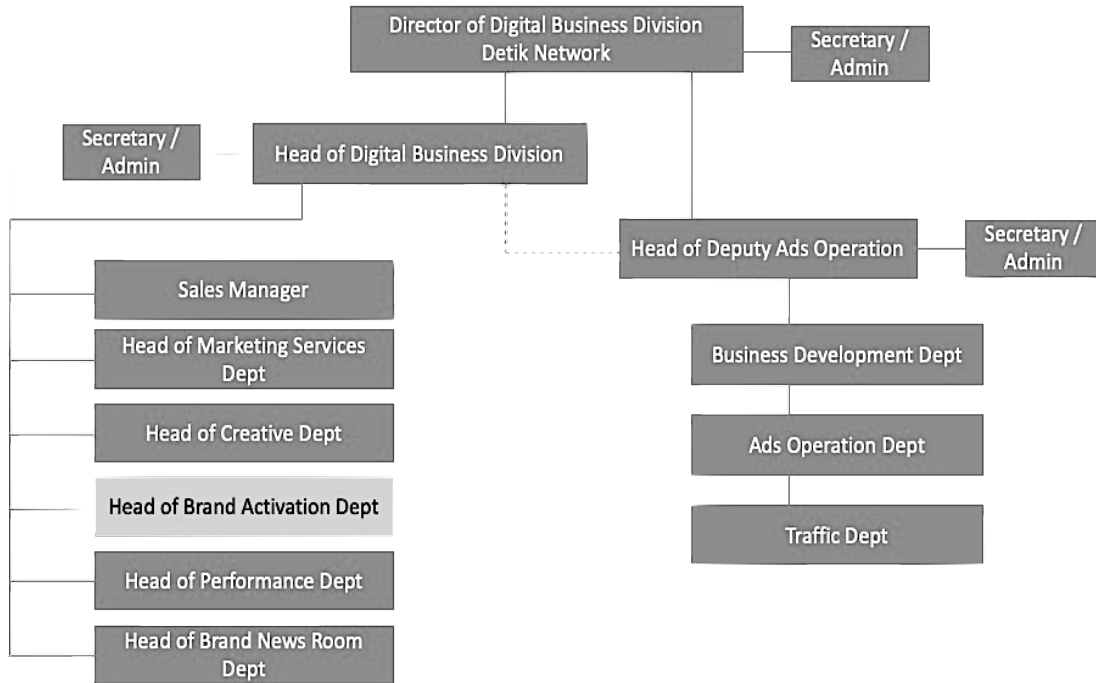
Visi Detik.com adalah menjadi tujuan utama orang Indonesia untuk mendapatkan konten dan layanan digital, baik melalui internet maupun selular/*mobile*.

Misi dari Detik.com adalah:

- a) Memiliki komitmen tinggi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.
- b) Memberikan kesejahteraan kepada karyawan dan menjadi tempat yang baik untuk berkarir.
- c) Memberikan hasil optimal yang berkesinambungan bagi pemegang saham.

2.1.6 Struktur Organisasi

Bagan 2.1 Struktur Organisasi Divisi *Digital Business* Detik.com



Divisi *Digital Business* Detik.com dikerucutkan menjadi dua divisi *digital business* dan *deputy ads operation*. Pada divisi *digital business* bertugas untuk mengurus *advertisement* yang mendatangkan *revenue* atau *income*, sehingga terdapat:

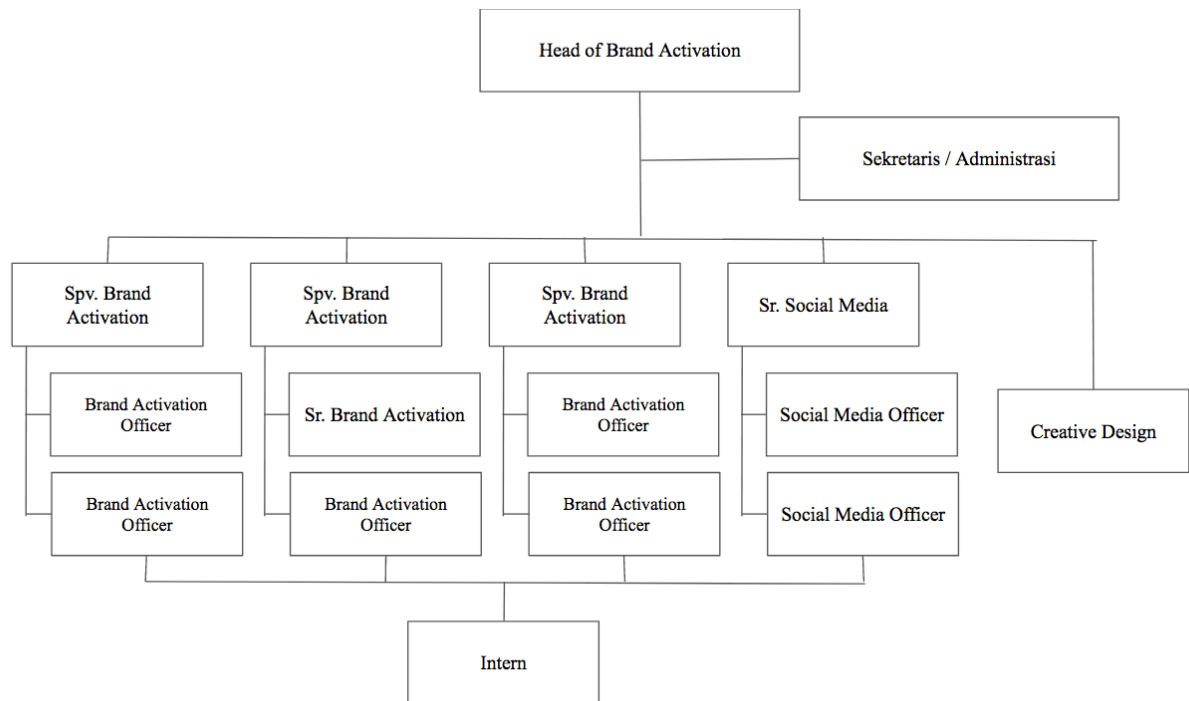
1. *Sales Manager* bertugas untuk meningkatkan penjualan perusahaan dengan metode, teknik dan strategi.
2. *Marketing Service Department* merupakan proses untuk menciptakan dan menyampaikan sebuah pesan tentang produk dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen yang berkaitan dengan pemasaran dan tingkat daya beli konsumen terhadap produk perusahaan.
3. *Creative Department* merupakan tempat bermuncunya kreativitas perusahaan terhadap produk dan jasanya. Dalam *digital business* Detik.com,

biasanya *creative department* bertugas untuk mencari keunikan dan ciri khas dari produk atau jasa *brand* untuk membuat pesan yang sesuai.

4. *Brand Activation Department* merupakan aktivitas pengaktifasian merek perusahaan. Jenis *Brand Activation* yang dasar dan paling sering digunakan oleh seluruh perusahaan adalah pembuatan *event*.
5. *Performance Department* bertugas untuk memastikan bahwa seluruh aktivitas berjalan untuk memenuhi tujuan secara efisien dan efektif.
6. *Brand Newsroom Department* merupakan sumber penerbitan konten atau aktivitas yang sedang berlangsung, seperti *live streaming* untuk *event online* selama masa pandemi COVID-19 ini.

Sedangkan, *Deputy Ads Operation* merupakan bagian dari tim yang menjalankan *advertisement* itu sendiri. Dalam *Business Development* mengamati perkembangan lini bisnis *digital business* setiap bulannya untuk mengevaluasi mulai dari strategi hingga cara pemasaran. *Ads Operation* bertanggung jawab atas penanganan *advertisement*.

Bagan 2.2 Struktur Jabatan Departemen *Brand Activation* Detik.com



Berikut adalah keterangan setiap pekerjaan pada struktur organisasi departemen *Brand Activation* Detik.com:

1. *Head of Brand Activation* merupakan pimpinan departemen *Brand Activation* Detik.com yang bertugas untuk mengawasi seluruh kegiatan operasional departemen *Brand Activation*.
2. Sekretaris atau Administrasi berfokus pada segala hal mengenai keuangan dan surat menyurat lainnya, seperti pembayaran KOL, MOU, Surat Perjanjian, dan lain-lain.
3. *Brand Activation Officer* (Spv., Sr., dan *Officer*) bertugas untuk membuat seluruh rangkaian kinerja sebagaimana *Brand Activation*. Mulai dari *creative brief* hingga susunan acara secara menyeluruh.
4. *Social Media Officer* (Sr. dan *Officer*) bertanggung jawab atas konten dan program yang dilakukan menggunakan media sosial resmi Detik.com.
5. *Creative Design* bertugas untuk mendesain seluruh bentuk gambar mulai dari poster, konten media sosial, konten promosi, dan konten-konten lainnya.
6. *Intern* atau Pegawai Magang memiliki posisi secara menyeluruh di bawah naungan seluruh departemen *Brand Activation*. *Intern* bertugas untuk membantu pekerjaan yang ada di departemen *Brand Activation*, baik membantu menjadi *liaison officer* (LO), event *online* maupun *offline* mulai dari *pre-event*, *event* hingga *post-event*.

2.2 Ruang Lingkup Divisi Terkait

Departemen *Brand Activation* merupakan bagian dari *Digital Business Division* yang mendatangkan *revenue* atau *income* dengan membangun jasa pelayanan secara terbuka yaitu menerima perusahaan eksternal sebagai klien. *Brand Activation* merupakan kegiatan promosi merek yang dilakukan dengan berbagai kegiatan. Kegiatan *Brand Activation* yang paling sering digunakan suatu perusahaan adalah pengadaan *event* baik secara *online* maupun *offline*. Semenjak pandemi COVID-19 dan ditetapkannya pembatasan sosial berskala besar (PSBB) oleh pemerintah, Detik.com

melaksanakan kegiatan aktivasi merek secara daring atau *online* sesuai dengan protokol yang ada.

Dalam pembuatan suatu *event*, tentunya terdapat banyak persiapan mulai dari *briefing* dengan klien, melakukan *brainstorming* bersama tim untuk konsep, penetapan tanggal, menentukan anggaran dan tentunya melaksanakan aktivitas promosi *event*. Baik klien internal maupun eksternal akan langsung berhubungan dengan *Brand Activation officer* sebagai jembatan antara Detik.com dan klien, biasanya hal ini diberikan kepada satu *stage management* untuk mengatur seluruh rangkaian aktivitas *brand* yang akan dilakukan. Untuk pembuatan konsep, *Brand Activation* melakukan *brainstorming* dengan *creative department* untuk menyempurnakan ide kreativitas yang akan digunakan. Kemudian, dengan *brand newsroom* untuk teknis penyiaran *live streaming* aktivitas *online*.

Berbeda dengan kedua hal tersebut, untuk pembuatan anggaran dibuat oleh *brand activation officer* yang nantinya memerlukan persetujuan *Head of Brand Activation* dan jika sudah pasti maka pengajuan oleh sekretaris atau administrasi *Brand Activation* kepada *Head of Digital Business* untuk persetujuan anggaran agar dapat langsung diajukan kepada administrasi keuangan pusat Detikcom. Sedangkan, untuk bagian mendesain, *Brand Activation* sudah memiliki bagian *creative design* sendiri yang bertugas untuk mendesain seluruh rangkaian mulai dari poster, *virtual background* dan konten promosi lainnya seperti bentuk *feeds* Instagram dan Instagram *story*. Kemudian, nantinya konten promosi tersebut juga akan membutuhkan persetujuan dari *Head of Brand Activation* dan juga klien. Setelah itu, konten promosi akan dinaikkan oleh *social media officer Brand Activation*.

Social media officer Brand Activation bertanggung jawab untuk semua hal yang bersangkutan dengan media sosial seperti Instagram, Twitter dan Facebook. Dalam sisi *digital marketing*, *social media officer* juga membantu untuk menaikkan *search engine optimization* (SEO) yakni ketika klien meminta untuk *event* tersebut menjadi *trending topic* di Twitter.