

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Profil Perusahaan *IDN Times*

IDN Times adalah perusahaan media multi-platform untuk milenial dan generasi z. Visinya adalah untuk menjadi suara milenial dan generasi z di Indonesia. *IDN Times* adalah bagian dari *IDN Media* yang didirikan oleh kakak-beradik, William dan Winston Utomo. *IDN Media* didirikan pada 8 Juni 2014, berawal dengan visi untuk mendemokratisasikan akses pada informasi yang akurat, berimbang, berguna, dan positif sehingga menjadi suara milenial dan generasi z di Indonesia dan membawa dampak positif kepada masyarakat (Utomo & Utomo, 2014).

Kaum milenial dan generasi z adalah dua generasi yang disatukan oleh teknologi. Mereka yang akan menjadi pemimpin di masa yang akan datang bersama dengan teknologi yang semakin pesat. Kaum milenial adalah kelompok orang yang lahir dari tahun 1981-1996. Mereka tumbuh selama perkembangan era internet. Sedangkan, generasi z adalah kelompok orang yang lahir dari tahun 1997-2002. Generasi z mengalami semua perkembangan teknologi mulai dari telepon, tv, radio, sampai internet sehingga teknologi merupakan bagian dari hidup mereka sejak lahir. Setiap generasi berubah seiring perkembangan dan pemahaman yang dimiliki sehingga mendengar dan beradaptasi dengan kebiasaan kedua generasi ini penting (Dimock, 2019). *IDN Times* pun berusaha menyeimbangkan kebiasaan itu dengan menyediakan berita dengan format *listicle* yang mudah dipahami dalam waktu singkat dengan membaca penjelasan singkat pada setiap sub judul.

IDN Times bersama dengan *Popbela.com*, *Popmama.com*, *Yummy*, *duniaku.com*, adalah media digital yang dioperasikan oleh *IDN Media*. Selain itu, *IDN Media* juga memiliki *agency* digital kreatif (*IDN Creative*), *event agency* (*IDN Event*), dan *creator marketing agency* (*IDN Creator Network*). *IDN Media* sendiri memiliki delapan nilai yang dijunjung, yaitu kesetaraan gender, persatuan dalam agama yang berbeda, persatuan dalam pandangan dunia yang berbeda, anti pelecehan seksual, *anti bullying*, *anti stereotyping*, dan mendefinisikan ulang

kecantikan. Kedelapan nilai inilah yang dipercaya dan diperjuangkan *IDN Media* setiap hari (Utomo & Utomo, 2014).

Selain delapan nilai yang sudah dipaparkan, Winston dan William juga memiliki tiga pola pikir inti yang mendasarkan didirikannya *IDN Media* ini. Pertama, fokus dan kecepatan, maksudnya fokus pada hal-hal yang penting dan menjalankan dengan cepat. Kedua, *customer-obsessed culture*, maksudnya memahami bagaimana perbedaan customer atau pelanggan *IDN Media* yang tidak pernah puas dan selalu meningkatkan diri agar pelanggan lebih bahagia dan puas. Ketiga, bekerja keras, bersikap baik, dan hal menakutkan akan terjadi. Pendiri *IDN Times* percaya bahwa kerja keras adalah kunci dari segala hal sehingga etos kerja kita pun harus baik dan tidak menyakiti satu sama lain sehingga kelak hal menakutkan akan terjadi (Utomo & Utomo, 2014).

Walaupun percaya bahwa konten seluler, multi-platform, dan interaktif adalah hal yang besar saat ini, *IDN Media* juga meraih pembacanya dengan menjangkau di luar platform digital, tetapi juga luring atau *offline*. *IDN Media* pun, terkadang, mengadakan acara yang inovatif untuk kaum milenial dan generasi z melalui *IDN Event*. Ini dimaksudkan agar pembaca juga turut terlibat aktif dalam berinteraksi dengan media asuhan *IDN Media* secara dua arah (Utomo & Utomo, 2014).

2.1.1. Struktur Redaksi *IDN Times*

IDN Media memiliki lebih dari 200 anggota atau yang disebut sebagai *Timmy*, yang bekerja di semua bagian *IDN Media*. Karyawan *IDN Media*, oleh Winston dan William, dipilih dari individu yang teladan dengan sikap dan etos kerja yang baik tanpa memandang latar belakang, jenis kelamin, orientasi seksual, ras, agama, dan pandangan mereka. Keragaman inilah yang menjadi inti dari *Timmy* di *IDN Media*. *Timmy* yang terpilih, baik dari karyawan baru, dari karyawan magang hingga pemimpin tim, memiliki tujuan bersama untuk memberikan dampak positif di dunia saat ini (Utomo & Utomo, 2014).

IDN Times dan *Timmynya* beroperasi dengan kantor utama di Jakarta dan Surabaya. Saat ini, *IDN Times* berada di bawah Uni Lubis, sebagai Pemimpin Redaksi, bersama dengan Umi Kalsum sebagai Wakil Pemimpin Redaksi, yang membawahi semua bidang pemberitaan di *IDN Times*. Berikut struktur redaksi *IDN Times*;

Tabel 2.1 Tabel Struktur Redaksi *IDN Times*

Jabatan	Nama
<i>Editor-in-Chief</i>	Uni Lubis
<i>Vice Editor-in-Chief</i>	Umi Kalsum
Koordinator <i>Newsroom</i> Surabaya	Ernia Karina Ayu
Operations, Editor	Yogie Fadilla
Sekretaris Redaksi	Putri Restu
Graphic Designer	Shakti, Arief Rahmat
Editor <i>News, Sports, Automotive, Business</i>	Dwi Agustiar, Rochmanudin, Dwifantya, Sumariyah, Anata, Ilyas Mujib
Reporter <i>News, Sports, Automotive, Business</i>	Aldzah, Aryo Damar, Auriga, Axel Jo, Dini Suci, Fitang Budhi, Hana Adi, Helmi Shemi, Indiana Malia, Irfan Fathurahman, Lia Hutasoit, Margith Juita, Santi Dewi, Teatrika, Vanny El, Rehia Sebayang, Sandy Firdaus
Editor <i>Hype, Men</i>	Erlina Wardoyo, Indra Zakaria, Edwin, Fajerial, Zahro
Writer <i>Hype, Men</i>	Stella, Danti, Nanda
Editor <i>Tech, Science, Health</i>	Bayu, Nurulia
Writer <i>Tech, Science, Health</i>	Abraham, Nena, Izza
<i>IDN Times</i> Community	Arifina, Febri, Tita, Merry Wulan, Yudha

Editor <i>Life, Quiz</i>	Pinka Wima, Febriyanti Revidasari
Writer <i>Life, Quiz</i>	Klara, Tarmizi, Tyas, Fajar Laksmi
Editor <i>Travel & Food</i>	Dewi Rahayu
Writer <i>Travel & Food</i>	Prilla, Dhiya, Naufal
Video	Aldila Muharma, Reynaldi, Dian, Kevin Handoko, Fiqih Damar, Qilan Umara, Athif, Besse Dilla

Sumber: *IDN Times*

Selain di Jakarta dan Surabaya, konten pemberitaan *IDN Times* juga diproduksi dari kontributor yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia. Tujuannya untuk menghimpun informasi dan berita yang lebih luas dari berbagai daerah di Indonesia. Kontributor *IDN Times* tersebar di beberapa provinsi, yaitu Jawa Barat, Banten, Jawa Tengah, Jogja, Jawa Timur, Bali, Sumatera Utara, Sulawesi Selatan, Kalimantan Timur, dan Sumatera Selatan. Berikut adalah kontributor-kontributor *IDN Times*,

Tabel 2.2 *IDN Times* Hyperlocal

Provinsi	Kontributor
<i>IDN Times</i> Jawa Timur	Faiz Nashrilah, Dida, Fajar, Fitria
<i>IDN Times</i> Yogyakarta	Yogie Fadila, Febriana Sintasari, Paulus Risang, Bimo, Siti Umadiyah
<i>IDN Times</i> Bali	Irma, Ni Ketut Sudiani, Ayu
<i>IDN Times</i> Kalimantan Timur	Mela Hapsari, Anjas, Yudha
<i>IDN Times</i> Sulawesi Selatan	Irwan, Aan, Ashrawi Muin, Sahrul Ramadan
<i>IDN Times</i> Sumatera Utara	Arifin, Donny Hermawan, Masdalena, Prayugo

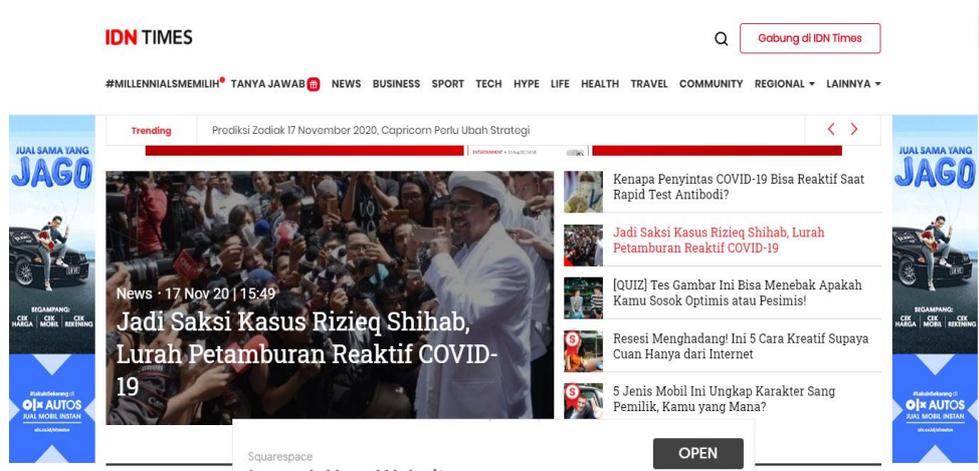
<i>IDN Times</i> Jawa Tengah	Dhana Kencana, Bandot, Anggun, Fariz
<i>IDN Times</i> Jawa Barat	Yogi Pasha, Galih Persiana, Debbie Sutrisno, Aziz
<i>IDN Times</i> Sumsel	Deryardil, Rangga, Feny Agustin
<i>IDN Times</i> Banten	Ita Malau, Iqbal
<i>IDN Times</i> Lampung	Martin L Tobing

Sumber: *IDN Times*

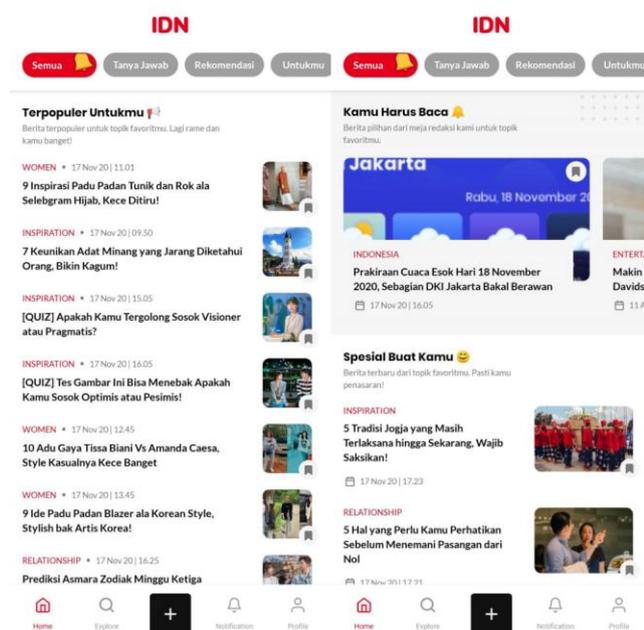
2.1.2. Distribusi Konten Multi-platform *IDN Times*

Konten *IDN Media* sebagian besar dapat diakses melalui seluler sehingga lalu lintas konten digitalnya pun berkembang pesat. Fokus *Internal IDN Media* pun, baik dari editorial dan teknologi, mengutamakan konten selular ini. Selain situs web atau aplikasi, *IDN Media* juga menyediakan platform lain untuk menarik pembaca sehingga mereka harus beradaptasi untuk membuat konten di platform yang disukai pembaca. Hal ini guna mendukung visi untuk mendemokratisasi akses informasi yang akurat, seimbang, bermanfaat, dan positif dan pada akhirnya menjadi suara kaum milenial dan generasi z di Indonesia serta membawa dampak positif bagi masyarakat (Utomo & Utomo, 2014).

Konten *IDN Media* sudah memiliki 50 juta pembaca setia dari kaum milenial dan generasi z setiap bulannya. *IDN Times* sendiri memiliki berbagai platform untuk menyampaikan informasi, mulai dari aplikasi dan situs web, hingga media sosial. Berikut adalah platform dimana *IDN Times* menyediakan akses informasi untuk pembaca:



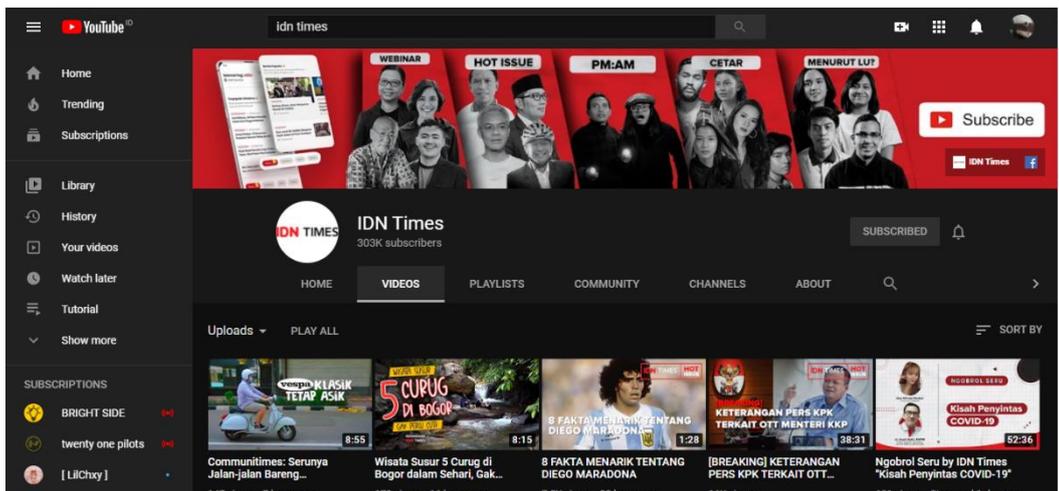
Gambar 2.1 Halaman Utama Situs Web *IDN Times*



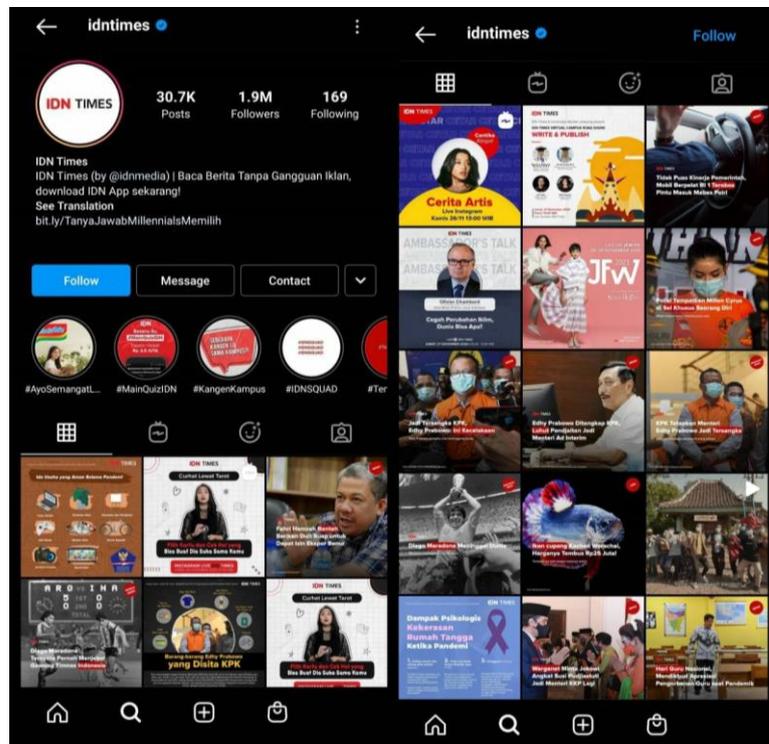
Gambar 2.2 Halaman Aplikasi IDN

Selain kedua platform ini, *IDN Times* juga menyediakan konten melalui sosial media. Konten video disediakan melalui akun Youtube *IDN Times* dengan beberapa program khusus, yaitu *IDN Times Hot Issue*, *In Depth*, *Webinar*, *#NgobrolSeru*, *Exclusive Interview*, *Our Newsroom*, *Communitimes*, dan lain sebagainya. Konten ilustrasi gambar dan video singkat dihadirkan melalui platform Instagram. Sedangkan untuk menyebarkan berita secara lebih masif dan cepat, *IDN Times* menggunakan

Facebook dan Twitter. Selain itu, Youtube dan Instagram *IDN Times* juga turut digunakan untuk program dengan siaran langsung untuk melakukan wawancara atau talkshow eksklusif. Berikut laman-laman media sosial dari *IDN Times* dalam menyebarkan berita dan informasi kepada pembaca:



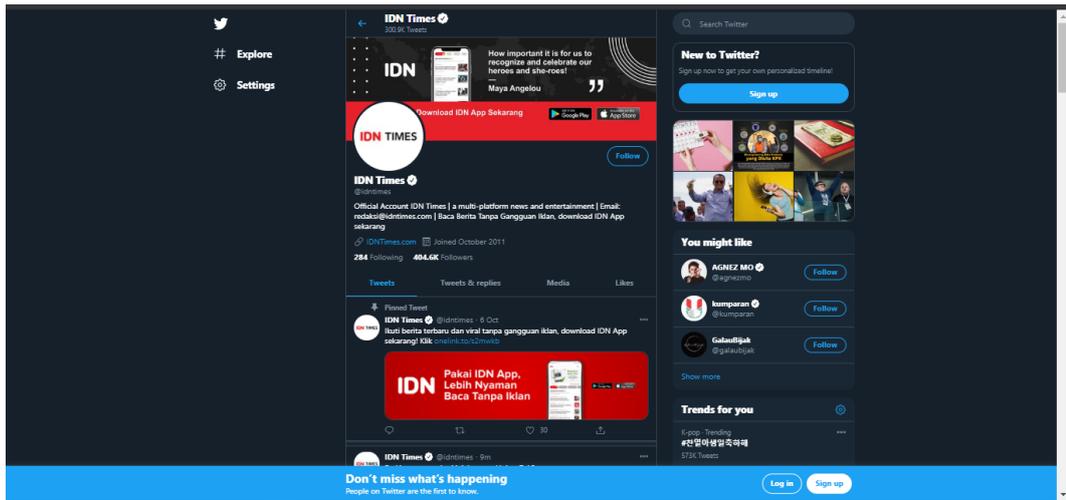
Gambar 2.3 Halaman Youtube *IDN Times*



Gambar 2.4 Halaman Instagram *IDN Times*



Gambar 2.5 Halaman Facebook *IDN Times*



Gambar 2.6 Halaman Twitter *IDN Times*

2.2. Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Dalam melakukan praktik kerja magang di *IDN Times*, penulis ditempatkan pada divisi Content Writer di kanal *Life* sebagai Reporter magang. Pada kanal *Life*, Informasi yang diberitakan adalah tentang kehidupan sehari-hari berdasarkan sub kanal yang ada, yaitu *Career*, *DIY*, *Education*, *Family*, *Inspiration*, *Relationship*, dan *Women*. Selain itu, kanal *Life* juga menyajikan informasi seputar peluncuran brand atau kegiatan yang berkaitan dengan hal yang sama.

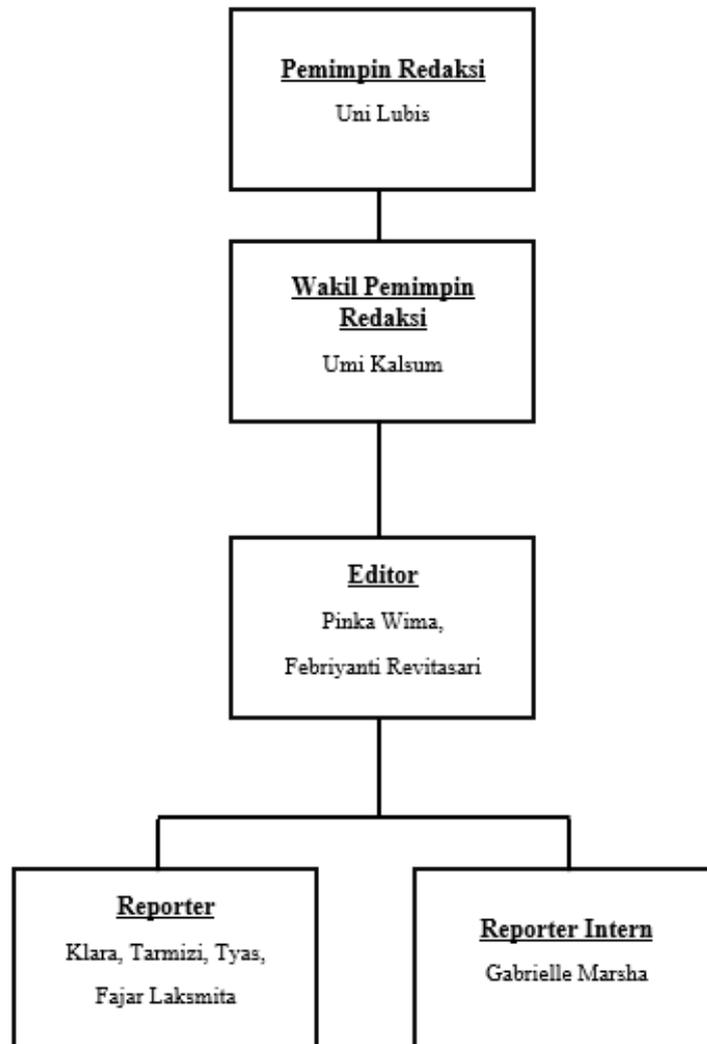
Setiap reporter tidak terbagi lagi dalam sub kanal tertentu. Mereka bebas ingin menulis tema apapun selama masih dalam lingkup kanal *Life*. Penulis mendapat beberapa penjelasan terkait tema yang ditulis dalam sajian informasi pada setiap sub kanal pada saat *briefing* hari pertama.

Pada sub kanal *Career*, penulis menyajikan informasi seputar karier dan tips karier untuk yang membutuhkan. Sub kanal *DIY* menyajikan informasi seputar tips dan trik untuk melakukan kerajinan tangan di rumah atau praktis untuk dilakukan oleh pembaca. *Education* menyajikan informasi seputar pendidikan, beasiswa, dan informasi lain seputar pendidikan dan sekolah. Sub kanal *Family* berisi artikel yang menyajikan informasi seputar keluarga, baik itu tips dalam hubungan keluarga, membangun rumah tangga, seputar hunian dan apapun tentang keluarga. *Inspiration* biasanya berkaitan dengan pengembangan diri atau *self-improvement* dan berkaitan dengan kesehatan mental seseorang inspirasi kepada diri sendiri. *Relationship* menyajikan informasi dan tips mengenai hubungan dengan orang lain termasuk teman dan sahabat. Sub kanal *Women* dikhususkan untuk sajian informasi seputar busana, riasan wajah, atau perawatan tubuh perempuan.

Berita yang disajikan pada kanal *Life* berupa *soft news* atau berita lunak yang bisa dibaca pada kapanpun. Berita biasanya disadur dari informasi dari media atau situs web luar negeri. Gambar yang digunakan biasanya penulis ambil dari situs web yang menyediakan gambar yang bebas digunakan siapa saja, seperti *Unsplash*, *Pexels*, *Pixabay*, atau *Freepik*.

Penulis berada pada kanal *Life* dan berkoordinasi dengan Editor kanal *Life*. Berikut bagan yang penulis olah dari struktur redaksi untuk posisi penulis dalam praktik kerja magang di *IDN Times* ini;

Tabel 2.3 Struktur Kanal *Life*



Sumber: olahan penulis

Pada divisi kanal *Life* tentunya dibawah pimpinan pemimpin redaksi dan wakil pemimpin redaksi. Mereka bertugas untuk memimpin dan menguatkan keseluruhan redaksi, baik dari strategis, bisnis, maupun editorial perusahaan media. Wakil pemimpin redaksi juga turut membantu kerja pemimpin redaksi dan memperhatikan tulisan para reporter yang sudah diedit oleh editor.

Editor bertugas untuk memberikan arahan dan tugas kepada para reporter untuk membuat tulisan, memberikan persetujuan dari ide yang diajukan penulis, dan menyunting tulisan para reporter, serta memberi tugas peliputan. Sedangkan reporter bertugas untuk mengerjakan tugas peliputan dari editor, menulis berdasarkan ide yang diajukan kepada editor dan draf tulisan ditaruh di CMS untuk disunting oleh editor sebelum dipublikasikan di laman *IDN Times*.

Kanal *Life* diasuh oleh dua editor yang berada di bawah pimpinan *Editor-in-Chief* dan wakilnya. Kedua editor ini dibagi berdasarkan penempatannya, ada yang di Jakarta dan Surabaya. Editor di Jakarta memiliki tiga reporter in-house dan satu reporter Intern. Editor di Surabaya memiliki satu reporter. Namun, pembagian tugas menyunting dan memberikan persetujuan ide, kedua editor tetap memiliki porsi tugas yang sama.

Penulis yang melakukan kerja magang pada kanal *Life* memiliki tugas untuk menulis dan memasukkan gambar dalam artikel berdasarkan liputan dan ide yang diajukan penulis kepada editor, serta penugasan menulis artikel dari editor. Penulis juga mengirimkan transkrip setiap liputan kepada editor untuk melakukan *cross-check* dari tulisan penulis sebelum dipublikasi.