

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Profil Perusahaan**

Grup	: VICE Media Group
Nama Perusahaan	: PT VICE Indonesia Media
Alamat	: Jalan Wolter Monginsidi No. 61A, RT 1/RW 1, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan 12180
Situs	: vice.com/id
Media sosial lain	: Kanal YouTube VICE Indonesia & Twitter @viceid

Berdasarkan data profil perusahaan yang penulis dapatkan, VICE Indonesia merupakan media anak muda yang tergabung dalam jaringan VICE Media Group. VICE Media Group berdiri sejak 1994 berawal dari Kanada dan kini telah tersebar di 35 kota dan 28 negara dalam 22 bahasa yang berbeda. VICE melebarkan jangkauannya ke Indonesia pada November 2016 dengan memanfaatkan portal berita online yang bisa diakses di vice.com/id.

Demografis pembaca VICE adalah anak muda dalam rentang usia 18 hingga 34 tahun dengan karakteristik berjiwa muda, berambisi, memiliki semangat wirausaha, cenderung suka petualangan serta melek teknologi. Target audiens VICE Indonesia sendiri terfokus pada golongan kelas ekonomi menengah hingga menengah ke atas (A, B dan C1).

Gaya narasi yang terselip dalam berita yang diproduksi oleh VICE Media Group mengarah ke gaya dokumenter, imersif dengan fokus pemilihan topik-topik yang belum pernah ditayangkan dan diberitakan sebelumnya.

##### **2.1.1 Sejarah perusahaan**

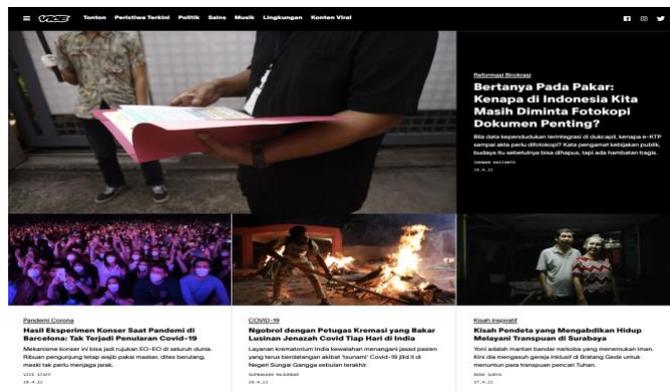
VICE berawal sebagai sebuah majalah musik *punk* bawah tanah (*countercultural*) bernama Voice of Montreal, berdiri pada 1994 dengan fokus pemberitaan pada seks, fesyen serta rekreasi obat-obatan terlarang (Kalvø, 2015). Pada saat itu, jalur distribusi Voice of Montreal dilakukan secara langsung,

dibagikan di jalanan Montreal serta di toko-toko kaset tanpa pengutan biaya (Ward, 2016).

Voice of Montreal kemudian berganti nama menjadi VICE pada tahun 1996. Pada tahun 1999, kantor pusat VICE pindah ke New York. Setahun setelahnya, VICE merambah ke media online.

VICE mulai melakukan ekspansi secara global dimulai pada tahun 2006 ketika penggarapan platform video di VBS.tv dimulai dengan melakukan *joint venture* dengan MTV Networks. Setelah itu, VICE mulai masuk ke beberapa negara seperti Australia, Perancis, Belanda, Inggris, Belgia, Spanyol, Portugal, New Zealand, dan Afrika Selatan serta Indonesia. Indonesia sendiri merupakan negara pertama di Asia Tenggara yang dijangkau oleh VICE tepatnya pada tahun 2016.

### Gambar 2.1. Tampilan antarmuka VICE Indonesia



Sumber: [www.vice.com/id](http://www.vice.com/id)

Selain memproduksi artikel online yang dapat diakses di laman [vice.com/id](http://vice.com/id) dan video-video yang dapat diakses di kanal YouTube VICE Indonesia, VICE Indonesia mendiversifikasi kontennya dalam format televisi yang dapat ditonton melalui Jawa Pos TV bersama jaringan sindikasi televisi lokalnya.

### **2.1.2 Segmentasi audiens**

Gender : Pria dan wanita  
Usia : 18 hingga 34 tahun  
Kelas sosial : Kelas menengah hingga kelas atas (C1, B dan A)

Setiap perusahaan media mempunyai target pasar guna menentukan arah pemberitaan agar sesuai dengan segmentasinya. Menurut Mulyadi (2001, h.41) demografi merupakan salah satu dasar yang dapat digunakan untuk melakukan penempatan segmentasi pasar. Demografi merupakan klasifikasi atau pengelompokan berdasarkan peta kependudukan, jumlah penduduk menurut umur, jenis kelamin pendidikan dan tingkat kesejahteraan.

Mengacu pada profil perusahaan VICE Indonesia, demografis audiens VICE Indonesia berdasarkan gender terdiri dari 60% laki-laki, 39% perempuan dan 1% lainnya. Dari segi usia, mayoritas audiens VICE Indonesia berada dalam rentang usia 25-34 tahun atau sebanyak 39% dari total audiens, disusul oleh rentang usia 18-24% atau sebanyak 37% dari total audiens dan sisanya berusia 35 tahun ke atas atau sebanyak 21% dari total audiens.

Berdasarkan lokasi, mayoritas audiens berdomisili di Jakarta (53%) disusul oleh Bandung (12%), Surabaya (10%), Yogyakarta (5%), Denpasar (5%) serta Medan (5%).

### **2.1.3. Kolom VICE Indonesia**

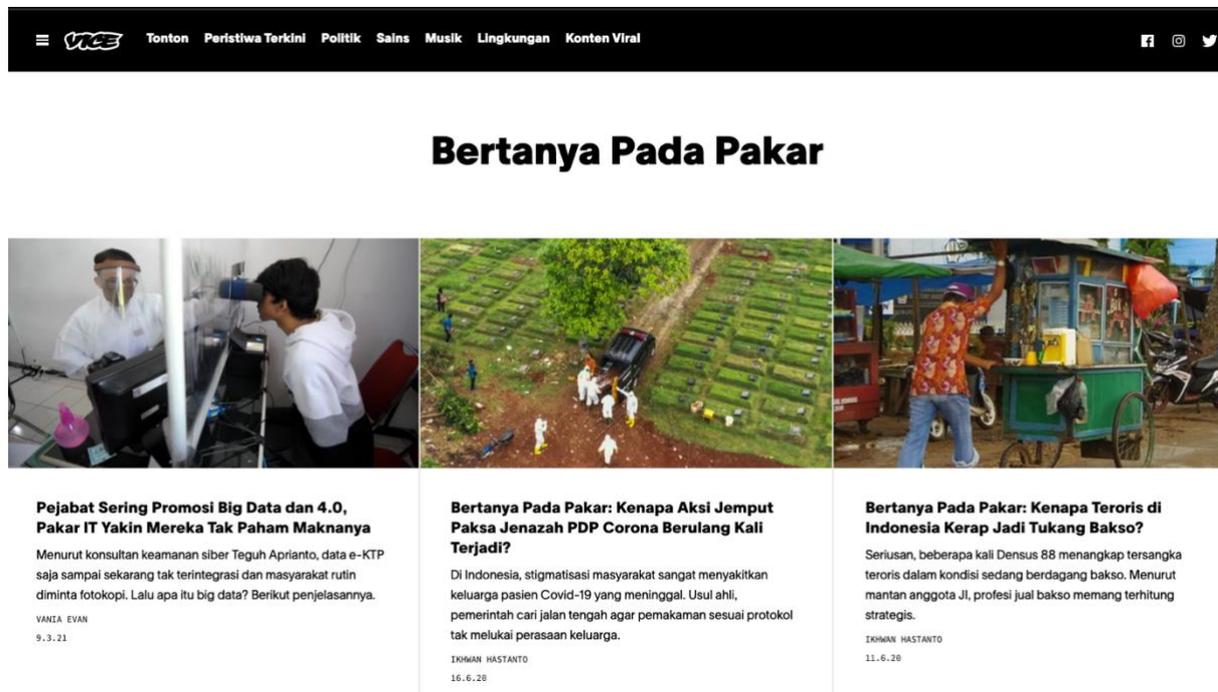
#### **a. Bertanya Pada Pakar**

Bertanya Pada Pakar merupakan kolom dimana penulis VICE bertanya kepada pengamat atau ahli mengenai topik atau pertanyaan tertentu. Topik yang dipilih umumnya berangkat dari sebuah peristiwa yang

baru saja terjadi atau ramai diperbincangkan di media sosial.

Format penulisan pada kolom ini cukup fleksibel, dapat berbentuk artikel panjang pada umumnya atau berupa tanya jawab dengan diawali konteks atau peristiwa yang menjadi acuan di bagian *lead*.

**Gambar 2.2 Tampilan kolom Bertanya Pada Pakar pada situs vice.com/id**



Sumber: [www.vice.com/id](http://www.vice.com/id)

Contoh artikel yang masuk dalam kolom Bertanya Pada Pakar adalah sebagai berikut:

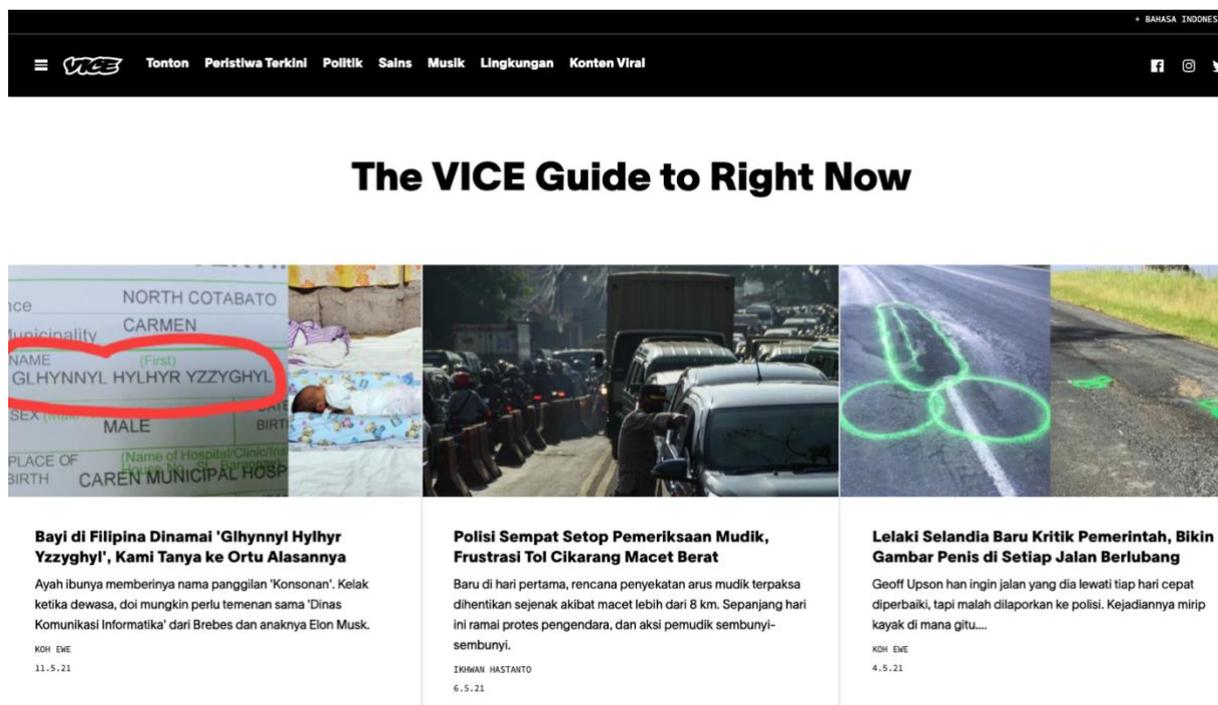
- Bertanya Pada Pakar: Kenapa Aksi Jemput Paksa Jenazah PDP Corona Berulang Kali Terjadi?
- Bertanya Pada Pakar: Benarkah Orang Indonesia Lebih Patuh Aturan di Luar Negeri?

**b. The VICE Guide to Right Now**

The VICE Guide to Right Now merupakan kolom berita pendek atau berita yang cenderung lebih sensitif secara waktu. Artikel-artikel pada kolom ini umumnya merupakan hasil menyadur dari portal-portal berita lainnya, namun dengan tetap menambahkan unsur kebaruan di dalamnya.

Unsur kebaruan yang dimaksud salah satunya adalah dengan mewawancarai ahli atau pengamat, namun sifatnya hanya komplementer, tidak seperti kolom Bertanya Pada Pakar.

**Gambar 2.3 Tampilan kolom The VICE Guide to Right Now pada situs vice.com/id**



Sumber: [www.vice.com/id](http://www.vice.com/id)

Contoh artikel yang masuk dalam kolom The VICE Guide to Right Now adalah sebagai berikut:

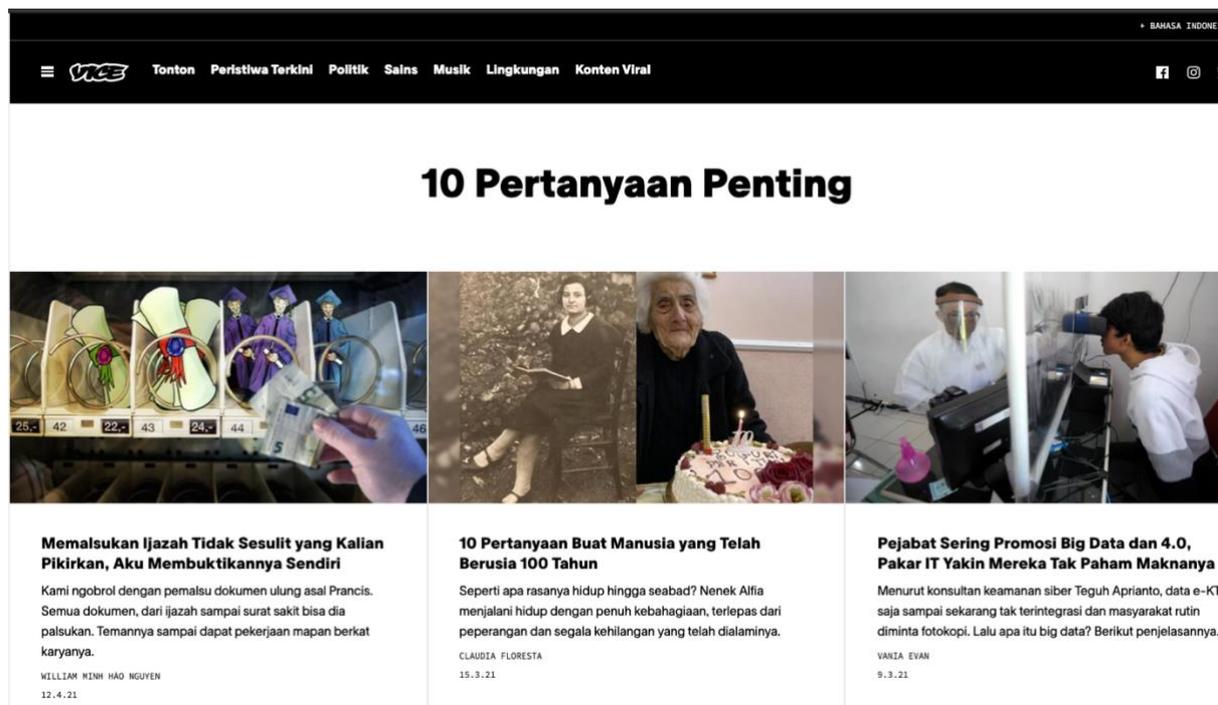
- Aksi Warga Depok Sembelih Babi Ngepet, Menurut Aktivis Hak Hewan Termasuk Penyiksaan

- Kapal Selam TNI Hilang, Diduga Ada di Palung 700 Meter Perairan Utara Bali
- Indonesia Terancam Tak Lagi Punya Warga yang Mau Jadi Petani 2063

**c. 10 Pertanyaan Penting**

10 Pertanyaan Penting merupakan kolom dimana penulis VICE melontarkan 10 pertanyaan kepada beberapa orang dengan profesi atau latar belakang yang menarik.

**Gambar 2.4 Tampilan kolom 10 Pertanyaan Penting pada situs [vice.com/id](http://vice.com/id)**



Sumber: [www.vice.com/id](http://www.vice.com/id)

Contoh artikel yang masuk dalam kolom 10 Pertanyaan Penting adalah sebagai berikut:

- 10 Pertanyaan Buat Manusia yang Telah Berusia 100 Tahun

- 10 Pertanyaan Bikin Penasaran yang Dari Dulu Ingin Kamu Ajukan ke Pakar Feng Shui
- 10 Pertanyaan Bikin Penasaran Buat Maestro Pelukis Spanduk Warung Pecel Lele

#### d. Enam Kata

Enam Kata merupakan kolom dimana penulis VICE mengumpulkan pendapat dari para pembaca mengenai suatu topik tertentu. Pembaca diharuskan untuk menjawab hanya dalam enam kata saja.

**Gambar 2.5 Tampilan kolom Enam Kata pada situs [vice.com/id](http://vice.com/id)**

### Enam Kata

		
<p><b>Berikut Daftar Rasa Mi Instan Absurd Didamkan Orang Dalam Mimpi yang Paling Liar</b></p> <p>Hasilnya sebagian menarik, sebagian liar banget: "rasa cokelat keju kacang susu", "rasa nasi putih", atau "rasa obat batuk pilek mint."</p> <p>ARZIA TIVANY MARGADIREDA 15.6.19</p>	<p><b>Kami Minta Pembaca VICE Mendeskripsikan Utopia Versi Mereka Dalam Enam Kata Saja</b></p> <p>Dunia, maupun negara yang kita cintai, sedang enggak santai gara-gara politik maupun intoleransi. Kami meminta anak muda Indonesia berbagi visi soal utopia tentang dunia yang lebih baik.</p> <p>SYARAFINA VIDYADHANA 19.4.18</p>	<p><b>Pembaca Kami Menjelaskan Hal Paling Mereka Rahasiakan Dari Ortu Dalam Enam Kata Saja</b></p> <p>Jawaban orang-orang tentu saja mengejutkan. Misalnya, "cium salad ied doang tiap tahun," atau "suka pake ATM bapak diem-diem."</p> <p>ARZIA TIVANY MARGADIREDA 13.12.17</p>

Sumber: [www.vice.com/id](http://www.vice.com/id)

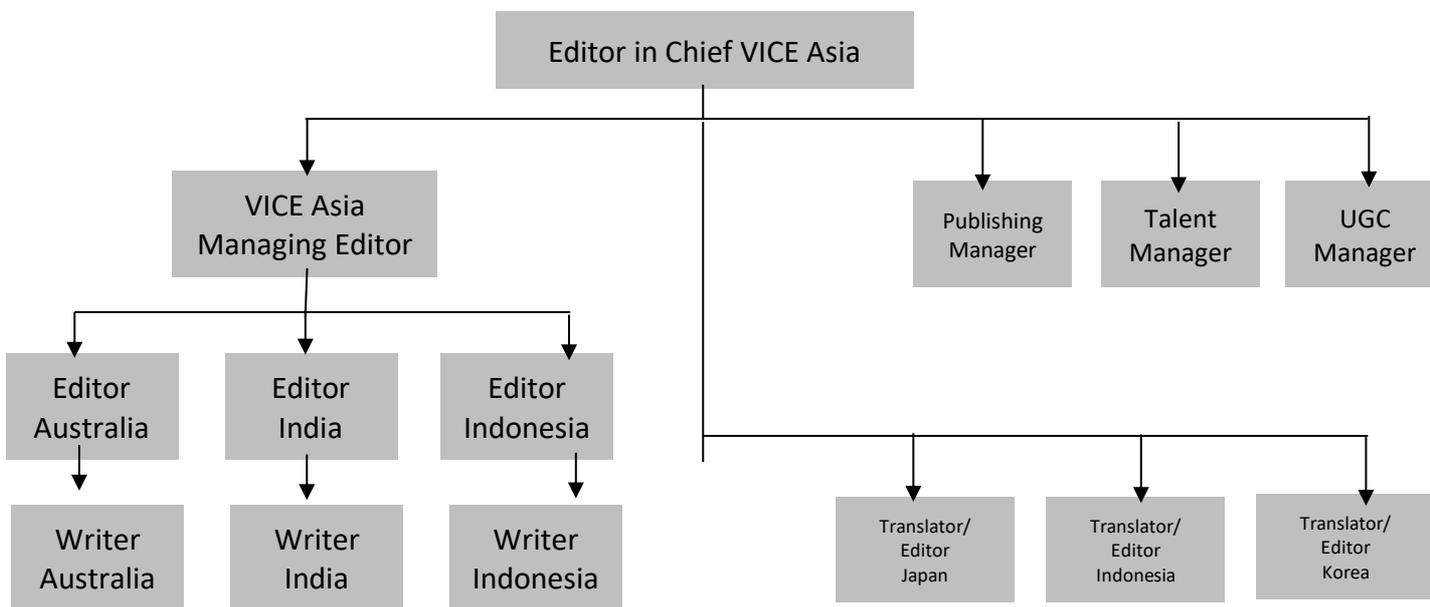
Contoh artikel yang masuk dalam kolom Enam Kata adalah sebagai berikut:

- Pembaca VICE Berbagi Konsep Magang Ideal buat 'Mas Nadiem' Dalam Enam Kata Saja

- Pembaca Kami Menjelaskan Hal Paling Mereka Rahasiakan Dari Ortu Dalam Enam Kata Saja
- Kami Minta Pembaca VICE Mendeskripsikan Utopia Versi Mereka Dalam Enam Kata Saja

## 2.2. Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Bagan 2.1 Struktur Tim Redaksi VICE Indonesia



Sumber: Ardyan Erlangga (editor VICE Indonesia)

Bagan di atas menunjukkan struktur redaksi VICE Indonesia. VICE Indonesia tergabung dalam satu redaksi dengan kantor VICE di negara bagian Asia Pasifik lainnya, seperti Australia dan India. Posisi teratas diduduki oleh Editor in Chief VICE Asia yang berlokasi di Singapura yang membawahi VICE Asia Managing Editor, Content Manager, Talent Manager serta UGC Manager. Koordinasi dari VICE Asia Managing Editor turun ke editor di Australia, India dan Indonesia yang membawahi para penulis di negara masing-masing. Sedangkan posisi translator atau editor di ketiga negara ini dibawah langsung oleh Editor in Chief VICE Asia.

Ada beberapa divisi yang berperan dalam kegiatan produksi harian di VICE Indonesia, yaitu sebagai berikut:

1. Editor in Chief VICE Asia  
Editor in Chief bertanggung jawab sebagai kepala di redaksi VICE Asia untuk menentukan suara dari konten-konten yang diproduksi oleh VICE Asia dan arah editorial, sembari menjaga kebijakan internal untuk beragam format publikasi. Editor in Chief berperan sebagai *gatekeeper* atau penjaga gawang dan *quality control* atau yang mengontrol kualitas konten yang dihasilkan.
2. Managing Editor VICE Asia  
Managing Editor merupakan pihak yang melakukan supervisi atas kegiatan harian di redaksi VICE Indonesia untuk kemudian dilaporkan kepada Editor in Chief. Perannya termasuk dalam merekrut, melatih dan mengawasi penulis. Managing Editor umumnya juga menyusun *timeline* serta mengatur tenggat waktu bagi para penulis untuk menyelesaikan naskahnya.
3. Editor (Australia, India, Indonesia)  
Editor merupakan pihak yang secara langsung berkoordinasi dengan penulis. Umumnya, ide angle artikel akan dicetuskan oleh penulis kemudian untuk dipertimbangkan oleh editor di masing-masing negara. Editor juga berperan untuk melakukan koreksi (*proofread*) terhadap naskah serta melakukan pengecekan fakta. Tidak jarang Editor juga mengedit gaya bahasa pada naskah jika diperlukan.
4. Penulis  
Penulis bertanggungjawab atas ide tulisan sesuai dengan tren atau peristiwa terkini. Jika telah disetujui oleh editor, penulis akan membuat naskah dan mewawancarai narasumber jika diperlukan.
5. Content Manager  
Publishing Manager tidak bertanggungjawab kepada Managing Editor melainkan langsung kepada Editor in Chief. Meski demikian, dalam pelaksanaan hariannya, keduanya melakukan koordinasi. Publishing Manager bertanggungjawab akan konten yang keluar di media sosial

untuk mengarahkan pengikut di media sosial untuk membaca artikel lengkap yang ada di laman VICE.

6. Talent Manager

Talent Manager bertanggungjawab kepada Managing Editor dan setara dengan Content Manager. Untuk konten-konten advertorial yang membutuhkan *talent* akan menjadi tanggungjawab dari Talent Manager.

7. UGC Content Manager

Tidak jarang VICE membuat konten yang bersumber dari *user* atau *user-generated content*. UGC Content Manager bertanggungjawab untuk mengumpulkan konten-konten tersebut hingga jadi produk akhir yang dapat dinikmati oleh pembaca VICE.

8. Translator atau Editor (Australia, India, Indonesia)

Setiap harinya, VICE memproduksi berita orisinal yang diproduksi oleh staf penulis di negaranya masing-masing maupun berita terjemahan dari negara lain. Translator berperan untuk mengalihbahasakan artikel agar dapat dimengerti pembaca lokal sesuai dengan konteks lokal pula.