



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

PT Narasi Citra Sahwahita atau yang lebih dikenal dengan Narasi merupakan sebuah perusahaan media berbasis digital dengan visi memberdayakan ruang untuk berpendapat, memperkaya perspektif, dan mendorong terciptanya gerakan untuk membentuk generasi yang lebih baik. Melalui pilar 3C (*Content, Community, Collaboration*), Narasi mewujudkan visi tersebut dengan membuat konten-konten berbasis jurnalisme kreatif, manajemen komunitas, *off-air event*, juga kolaborasi dengan para kreator konten berbakat (Narasi, 2021).



(Sumber: *Human Resource Development Narasi*, 2021)

Gambar 2.1 Logo Narasi

Narasi didirikan pada 6 September 2017 oleh 3 orang rekanan yang bernama Najwa Shihab, Dahlia Citra, dan Catharina Davy. Pada tanggal 29 November 2019, PT Narasi Citra Sahwahita secara resmi terdaftar dan telah diverifikasi oleh Dewan Pers dengan sertifikat bernomor 472/DP-Verifikasi/K/XI/2019 (Narasi, 2021).

Audiens dari Narasi sendiri terbagi menjadi 2, yaitu *the mindful* dan *the nowness*. Dimana pada karakteristik *the mindful* memiliki ciri-ciri seperti *pride of being different, unconventional, value quality, high self awareness, high literacy*, dan *have standard & quality*. Sedangkan pada karakteristik *the nowness*, memiliki ciri-ciri seperti *social butterfly, always online, explorative, value newness, trend seeker*, dan *fear of missing out*. Selain itu audiens dari Narasi tersebar hampir di seluruh Indonesia, dimana terdapat 5 kota dengan audiens terbanyak yaitu Jakarta, Surabaya, Medan, Makassar, dan Bandung. Audiens dari Narasi sendiri mayoritas

merupakan masyarakat berumur 18-35 tahun dan di dominasi oleh perempuan (Narasi, 2021).

Narasi tidak hanya menyajikan konten yang berhubungan dengan jurnalisme saja, tetapi terdapat juga beberapa program *edutainment* seperti Narasi *People, Tech it Easy, Get Started*, dan Enaknya di Obrolin dimana memiliki tujuan untuk memberi edukasi kepada generasi muda tetapi dengan menggunakan bahasa yang bersifat informatif dan dapat menghibur. Selain itu juga terdapat konten *slow journalism* seperti Mata Najwa, Catatan Najwa, Shihab-Shihab, Buka Mata, dan Buka Data. Pada tahun 2021, Narasi juga merilis beberapa program baru seperti WMN, *Signature Series*, dan *Reality Bites* (Narasi, 2021).

Narasi sendiri juga melakukan pembangunan terhadap komunitas dimana komunitas tersebut tersebar di seluruh 34 provinsi di Indonesia serta mancanegara dimana didalamnya terdapat Komunitas Narasi, Komunitas *Content Creator* (PGC), dan Klub Buku Narasi. Selain itu Narasi juga pernah mengadakan beberapa *event* seperti Playfest, Indonesia Butuh Anak Muda, Konser #Dirumahaja, dan Wisuda LDR 2020. Serta Narasi juga melakukan beberapa pelaksanaan kampanye seperti #SuaraPenentu, #IndonesiaButuhAnakMuda, #BergerakDari, dan #Dirumahaja (Narasi, 2021).

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi Perusahaan

“Becoming a trustworthy media for the general public interest in validating information and accommodating voices to cultivate a brighter generation”. Dimana Narasi hadir dengan tujuan menjadi media terpercaya untuk masyarakat dalam memvalidasi dan menampung suara untuk mengembangkan generasi yang lebih cerah (*Human Resource Development* Narasi, 2021).

2.2.2 Misi Perusahaan

“Empowering voices for brighter generation”. Dimana Narasi memiliki keinginan untuk bisa menciptakan atau mewujudkan masa depan yang cerah dalam penggunaan hak suara (*Human Resource Development* Narasi, 2021).

2.3 Tempat, Kontak, dan Kanal Perusahaan

Kantor Narasi bertempat di Intiland Tower lantai 20, Jalan Jenderal Sudirman, Kav. 32, RT 03/RW 02, Karet Tengsin, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 10220. Nomor telepon dari Narasi sendiri adalah 021-57930649. Sedangkan untuk email dapat dihubungi di redaksi@narasi.tv. Narasi juga menggunakan media sosial sebagai wadah dan penghubung. Berikut ini merupakan *website* dan media sosial yang digunakan oleh Narasi:

- a. *Website*: www.narasi.tv
- b. YouTube: Narasi
- c. Instagram: @narasi.tv
- d. Facebook: Narasi
- e. Twitter: @narasitv

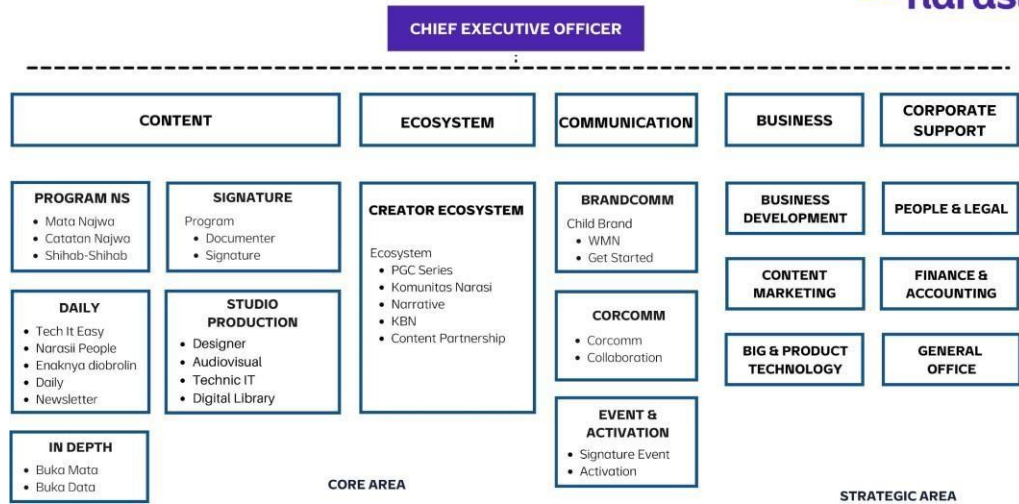
2.4 Ruang Lingkup Magang

2.4.1 Struktur Divisi Perusahaan

Sebagai sebuah perusahaan yang bergerak di bidang media, tentunya struktur organisasi dari PT Narasi Citra Sahwahita terdapat *ChiefExecutive Officer* (CEO) sebagai pemimpin tertinggi, serta terdapat departemen lainnya yang meliputi Departemen *Content*, Departemen *Ecosystem*, Departemen *Communication*, Departemen *Business*, dan Departemen *Corporate Support*. Penulis melakukan kegiatan kerja magang di PT Narasi Citra Sahwahita sebagai *Marketing Communication Intern* yang terdapat di Departemen *Business*.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

ORGANIZATION STRUCTURE

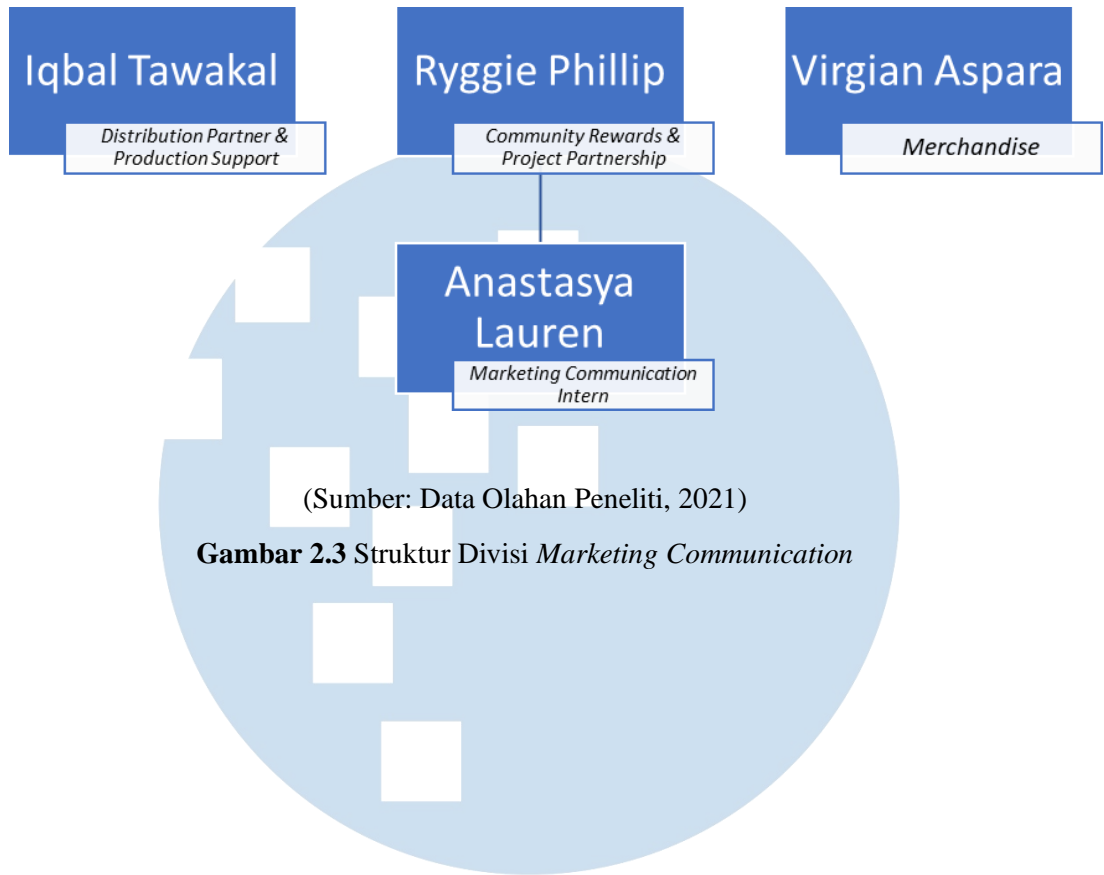


(Sumber: *Human Resource Development*, 2021)

Gambar 2.2 Struktur Divisi di Perusahaan PT Narasi Citra Sahwahita

2.4.2 Struktur Divisi *Marketing Communication*

Divisi *Marketing Communication* di Narasi terbagi menjadi 5 *scope*, yaitu *Community Rewards*, *Project Partnership*, *Distribution Partner*, *Production Support*, dan *Merchandise*. *Community Rewards* memiliki tujuan agar para anggota komunitas dapat tetap melakukan *engagement* dengan Narasi. *Distribution Partner* memiliki tujuan untuk memperluas distribusi *channel* agar konten dari Narasi dapat ditonton oleh *target audience* yang berbeda-beda. *Project Partnership* yang memiliki tujuan untuk melakukan *leverage* antara kedua belah pihak. *Production Support* yang memiliki tujuan untuk membantu *team* lain dan yang terakhir adalah *Merchandise* yang memiliki tujuan untuk mencari vendor yang memiliki tujuan untuk melakukan *support* untuk *event-event* yang diadakan di Narasi sendiri. Penulis membantu melaksanakan 4 dari 5 *scope* yang terdapat di divisi *Marketing Communication*, yaitu *Community Rewards*, *Distribution Partner*, *Production Support*, dan *Merchandise*.



Gambar 2.3 Struktur Divisi *Marketing Communication*

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA