



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

2.1.1 Biodata GNFI

Nama Perusahaan:	PT Garuda Nyala Fajar Indonesia (GNFI).
Alamat Perusahaan:	Jl. Valencia Strait No. FF-85 Sidoarjo, Jawa Timur, 61254.
Cabang:	Jl. Bendungan Jatiluhur No.19, Jakarta, 10210.
Nomor Telepon:	021-8275316 (Surabaya) 021- 5737331 (Jakarta)
Website:	goodnewsfromindonesia.id
Instagram:	@GNFI
Twitter:	@GNFI
Facebook:	Good News From Indonesia
YouTube:	Good News From Indonesia

2.1.2 Sejarah Singkat GNFI

Good News From Indonesia (GNFI) merupakan platform kumpulan berita positif, inspiratif, dan unik tentang Indonesia. Dikutip dari laman webnya, mereka berusaha berbagi informasi positif dan independen tentang semua berita baik di Indonesia.

GNFI mencoba memberikan alternatif berita yang berbeda dari media-media arus utama. Mereka ingin berita-berita negatif yang dilihat di TV dan media lain dapat diimbangi dengan berita positif, segar, inspiratif, dan unik. Menurut mereka, Indonesia adalah sebuah negeri yang dinamis dan penuh warna. Tantangan serta kesulitan yang dihadapi bangsa ini tak seharusnya diikuti dengan berita-berita yang menggerus optimisme anak-anak Indonesia.

Platform ini didirikan dengan fondasi “*good news is a good news*” pada 2009 oleh Akhyari Hananto. Ide tersebut berangkat dari hasil survei bertajuk “Survei Indeks Optimisme Generasi Muda” yang dilakukannya terhadap

sekitar 3.800 anak muda.

Survei tersebut menyebutkan bahwa anak-anak muda Indonesia pesimis terhadap masa depan Indonesia, salah satu sebabnya karena banyaknya berita-berita negatif. Akhirnya, Akhyari membuat GNFI yang berfokus pada prestasi, wisata, atau sisi kebaikan lainnya dari Indonesia tanpa intervensi politik, agama, atau kepentingan pribadi

Dengan kehadiran GNFI, Akhyari berharap inspirasi yang disampaikan dari GNFI dapat membuka mata dunia bahwa Indonesia adalah bangsa yang memiliki banyak keunggulan.

2.1.3 Logo GNFI

Sejak berdiri dari 2009, GNFI telah melakukan perubahan logo sebanyak satu kali. Mulanya, logo GNFI seperti yang terlihat pada Gambar 2.1 berikut.

Gambar 2.1 Logo GNFI 2009-2013



Sumber: GNFI, 2021

Kemudian, pada 2013, logo tersebut mengalami perubahan. Perubahan ini bertujuan untuk membangun identitas *brand* yang kuat sehingga logo yang baru dapat dilihat pada Gambar 2.2 berikut.

Gambar 2.2 Logo GNFI 2013 sampai sekarang



Sumber: GNFI, 2021

Berdasarkan logo baru tersebut, berikut filosofi yang terdapat di dalamnya.

a. Huruf G

Merupakan identitas dasar yang terbentuk dari huruf pertama kalimat “*Good News from Indonesia*”. Kemudian, Huruf G dibuat secara kokoh, sederhana, dan tegas untuk melambangkan kepercayaan diri.

b. *Logotype “Good News from Indonesia”*

Merupakan nama yang menerangkan dengan jelas tujuan dari jenama ini, yaitu untuk menyebarkan semangat positif yang dimiliki bangsa Indonesia.

c. Motif Penyusun Formasi Huruf G

Huruf G disusun dari berbagai macam elemen untuk menekankan ciri bangsa Indonesia yang memiliki beragam suku, budaya, kekayaan alam yang melimpah ruah dan juga peradaban yang jaya dalam sejarahnya.

Gambar 2.3 Motif dalam Huruf G



Sumber: GNFI, 2020

Motif-motif tersebut diwakili oleh jenis kain nusantara, senjata pusaka, seni suara, musik, seni pertunjukan sampai seni ukiran, gedung dan bangunan sebagai bukti peradaban serta kekayaan alam termasuk lautan.

Kain nusantara diwakili oleh batik parang dari daerah Jawa dan pulau-pulau lain yang menggunakan pola geometri lebih sederhana. Corak kain nusantara ini menggambarkan keberagaman kebiasaan,

perkembangan, dan kekhasan nusantara.

Untuk mengilustrasikan kekayaan budaya pada seni musik ini, dipilih angklung, bonang atau gong, seruling, dan tifa untuk mewakili wilayah timur.

Selain seni musik, Indonesia juga memiliki berbagai jenis pertunjukan yang diwakili oleh wayang.

Untuk mewakili seni ukir, dipilih jenis ukiran Bali yang disederhanakan, Aceh, dan Sumatera Utara yang biasanya diwujudkan dalam bentuk ornamen-ornamen.

Dalam menunjukkan peradaban, dipilih simbol kekayaan laut Indonesia karena wilayah terbesar negara ini adalah lautan dengan hasil laut yang melimpah ruah. Kapal pinisi yang digunakan suku Bugis merupakan bukti peradaban pelaut Indonesia yang tangguh.

Terakhir, dimuat juga simbol padi dan kapas. Padi dan kapas memiliki arti keadilan sosial dan dimaknai sebagai sikap luhur, adil, menghormati, menghargai, dan mementingkan kesejahteraan bersama.

d. Kepala Garuda

Kepala Garuda melambangkan identitas Indonesia. Kepala garuda dibuat lebih mencolok dari simbol-simbol lain sebagai pengingat bahwa segala keberagaman yang ada memiliki tujuan dan arah yang sama. Posisi kepala garuda yang condong mendongak menggambarkan bahwa seharusnya kita percaya dengan diri kita sebagai bangsa yang besar dan beradab. Oleh karena itu, kita harus menyongsong masa depan bangsa dengan positif dan optimis, seperti yang digambarkan oleh posisi mata garuda yang memandang lurus dan tajam ke depan.

2.1.4 Visi & Misi GNFI

Adapun visi dari GNFI adalah “*Restoring Optimism, Rebuilding Confidence*”.

Untuk mencapai visi tersebut, berikut misi yang dimiliki oleh GNFI.

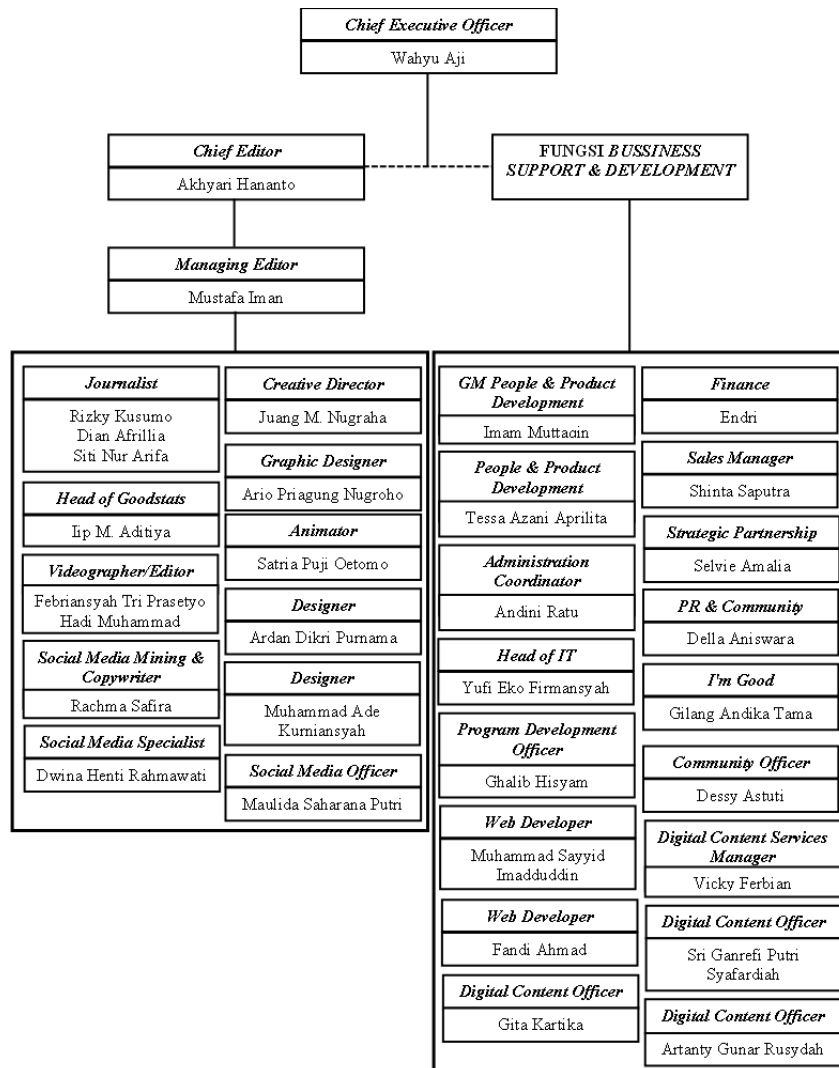
- a. Menghasilkan konten dan sebarannya seluas mungkin.
- b. Membuat kondisi organisasi yang kondusif untuk berkarya, tumbuh, dan berprestasi.
- c. Memiliki inisiatif program, gerakan, dan produk positif lainnya.

2.1.5 Struktur organisasi GNFI

Organisasi merupakan aturan dan konvensi untuk merutinkan pekerjaan, termasuk cara orang-orang yang ada di dalamnya untuk berkoordinasi. Meskipun demikian, organisasi tetap tidak membatasi cara-cara berkoordinasi tersebut. Konteks organisasi di sini mengacu pada aturan, konvensi, dan prosedur organisasi, termasuk tekanan sosial, budaya, dan struktural dari sesuatu yang memengaruhi bentuk kerja media (Ekström, 2019).

Oleh karena itu, berikut struktur organisasi yang digunakan untuk berkoordinasi oleh GNFI.

Gambar 2.4 Struktur Organisasi GNFI



Sumber: Olahan Penulis, 2021

Berdasarkan bagan tersebut, GNFI memiliki 34 karyawan tetap. Adapun 14 orang tergabung dalam redaksi dengan Mustafa Iman sebagai editor dan Akhayari Hananto sebagai pemimpin redaksi.

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Selama kegiatan kerja magang berlangsung, penulis berada di dalam divisi Goodstats. Divisi ini merupakan bagian dari redaksi GNFI. Goodstats merupakan kanal data yang baru dirilis GNFI pada 5 Juli 2021.

Sebelumnya, GNFI kerap mengeluarkan konten-konten data di akun Instagramnya. Seiring berjalannya waktu, konten tersebut makin digemari dan memiliki penggemarnya sendiri.

Melihat peluang tersebut, GNFI membentuk divisi data sendiri yang disebut Goodstats. Adapun persiapan divisi data ini sudah dilaksanakan dari April 2021. Kemudian, Goodstats juga direncanakan sebagai subunit bisnis GNFI dalam jangka panjang.

Produk dari Goodstats adalah infografik, artikel, dan *motion chart*. Infografik sendiri terbagi menjadi dua, yaitu infografik ringkas dan kompleks. Karena infografik digunakan untuk konten di Instagram, infografik ringkas terdiri dari satu foto tunggal, sedangkan infografik kompleks terdiri dari dua atau lebih foto dan bersifat *multiple post*.

Artikel data di Goodstats biasanya berupa *listicle* yang memuat peringkat atau *ranking*. Selain itu, artikel data dianggap baik jika dibuat singkat, padat, dan ringkas yang terdiri dari minimal 450 kata. Jika dilihat dari jenisnya, terdapat empat artikel data di Goodstats yaitu sebagai berikut.

- a. Artikel data kompleks, yang berarti diulas lengkap, detail, dan mendalam serta terdiri dari 900-3.000 kata. Namun, artikel ini jarang dibuat dan hanya untuk keperluan klien GNFI.
- b. Artikel data ringkas, yang berarti terdiri dari satu sampai dua infografik dan terdiri dari minimal 900 kata.
- c. Artikel *listicle* kompleks, yang memuat satu infografik dan foto di setiap penjelasannya serta terdiri dari minimal 900 kata.
- d. Artikel *listicle* ringkas, yang memuat satu infografik dan terdiri dari 450-700 kata.

Adapun empat jenis artikel ini dapat disesuaikan dengan topik dan isu yang

diangkat. Topik yang diangkat dapat berupa umum isu ekonomi, sosial, teknologi, dan lingkungan. Namun, ke depannya, hanya ada tema khusus yang dapat ditulis.

Selain itu, artikel dari GNFI tidak memuat hasil liputan berupa wawancara. Wawancara dianggap bukan suatu kewajiban. Seluruh isi artikel didapatkan dari proses riset atau studi pustaka. Namun, ada konten spesial yang mewajibkan para reporternya melakukan wawancara. Misalnya, redaksi GNFI melibatkan GoodStats dalam pembuatan konten #YangMudaYangPerkasa untuk memperingati Hari Sumpah Pemuda. Topik yang diangkat adalah anak-anak muda Indonesia merintis dan sukses berbisnis di tengah pandemi serta mampu menginspirasi banyak orang.

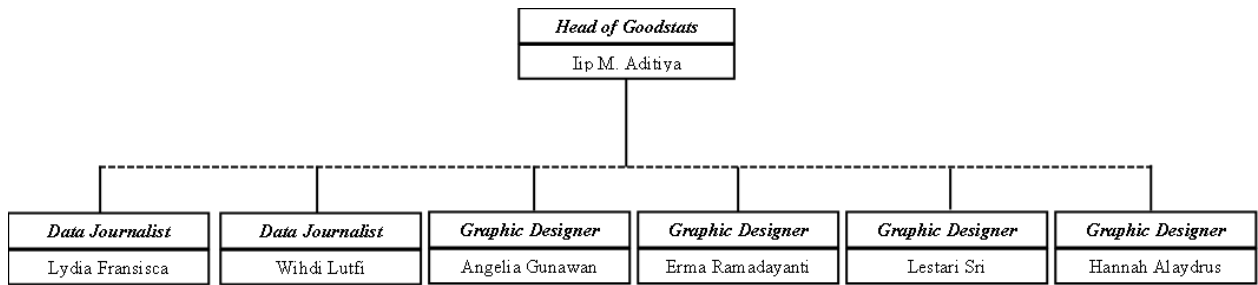
Sampai penulis selesai melakukan kegiatan kerja magang, konten dan artikel Goodstats dapat diakses di Instagram, web GNFI, Youtube, dan Tiktok. Setelah kegiatan kerja magang selesai, penulis menemukan bahwa Goodstats juga telah mengunggah kontennya di Twitter.

Untuk keanggotaan, Goodstats hanya memiliki satu orang di dalam divisinya, yaitu *head of Goodstats*. Saat penulis melakukan kegiatan kerja magang, Goodstats terdiri dari lima orang dan tiga di antaranya adalah peserta magang serta satu sisanya adalah pekerja lepas. Namun, pada Agustus 2021, ditambah dua peserta magang sehingga total terdapat tujuh orang di dalam satu divisi.

Sebagai subunit bisnis baru, *Chief Executive Officer (CEO)* GNFI Wahyu Aji mengatakan bahwa Goodstats merupakan proyek uji coba karena hampir seluruh anggotanya merupakan peserta magang. Maka dari itu, *head of Goodstats* menjadi pembimbing lapangan penulis.

Sebagai pemimpin divisi, *head of Goodstats* ini bertugas memimpin rapat mingguan dan memberikan evaluasi berdasarkan komentar dari redaktur pelaksana, pemimpin redaksi, atau CEO. Meskipun demikian, bila ada kesalahan atau kekeliruan atas konten yang dibuat, penulis harus bertanggungjawab sendiri kepada redaktur pelaksana, pemimpin redaksi, atau CEO.

Gambar 2.5 Struktur Organisasi Divisi Goodstats Juli-Oktober 2021



Sumber: Olahan Penulis, 2021

Kemudian, bobot kerja sebagai *data journalist* atau jurnalis data magang adalah membuat tiga artikel data dalam seminggu, membuat skrip infografik, mencari dan mengolah data serta membuat visualisasi data. Namun, penulis kerap diminta untuk membuat takarir untuk konten yang diunggah di Instagram dan mengunggah konten-konten ke Instagram. Untuk pembuatan artikel, *head of Goodstats* kerap memberikan usulan topik, tetapi penulis juga bebas menulis artikel data apapun.