



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 *KapanLagi.com*

2.1.1 Sejarah Singkat *KapanLagi.com*

KapanLagi.com didirikan oleh Steve Christian dan Eka Wiharto pada 28 Februari 2003 dengan tujuan membangun sebuah perusahaan teknologi internet yang dapat merubah konsumsi konsen. Saat itu, Steve mendaftarkan domain *KapanLagi.com* dan memulai perjalanan panjang membangun situs daring yang besar. Saat pengguna ponsel mulai merambah masa kritis di Indonesia, *KapanLagi.com* memanfaatkan kesempatan tersebut untuk memberikan hiburan bagi para individu. Pada awalnya *KapanLagi.com* beranggotakan lima orang yang sebagian besar merupakan insinyur, kini *KapanLagi.com* telah berkembang menjadi salah satu perusahaan internet lokal terbesar di Indonesia dengan lebih dari 500 karyawan. (*Kapanlagi.com*, 2021).

Dalam perjalanannya, tercipta destinasi baru dan merambah ke berbagai vertikal berita antara lain, *Bola.net* khusus untuk berita seputar bola dan penggemar bola, *Fimela.com* untuk topik seputar hal-hal yang diminati wanita, *Otosia.com* untuk berita media daring otomotif, dan *Merdeka.com* khusus situs berita terbaru. Pada 2014, *KapanLagi.com* memulai awal yang baru dengan melakukan *merger* dengan *Fimela Network*, sebuah jaringan kecantikan gaya hidup yang didirikan oleh Ben Subiakto dan Dian Mulyadi yang kemudian menjadi satu payung berita besar yaitu *KapanLagi Network*. Dengan kantor yang berlokasi di tiga kota besar di Indonesia, Jakarta, Malang, dan Jogja serta pembaca lebih dari 40 juta per bulan (*KapanLagi.com*, 2021).

Pada 2015 setelah 12 tahun berdiri, *KapanLagi.com* mengubah logo mereka. *Chief Marketing Officer KapanLagi Network* Ben Subiakto mengatakan “kami merasakan dalam dua tahun ini terdapat perubahan yang signifikan dalam pola masyarakat mengkonsumsi berita. Kami merasa saat ini saat yang tepat untuk melakukan perubahan logo”. Yang dimaksud dengan pola masyarakat mengkonsumsi berita mengalami perubahan merupakan pola konsumsi internet saat ini sudah menuju media *mobile*, tidak lagi *desktop oriented* (*Marketeers*, 2015).

Gambar 2.1 Logo Lama *KapanLagi.com*



Sumber: *KapanLagi.com*

Gambar 2.2 Logo Terkini *KapanLagi.com*

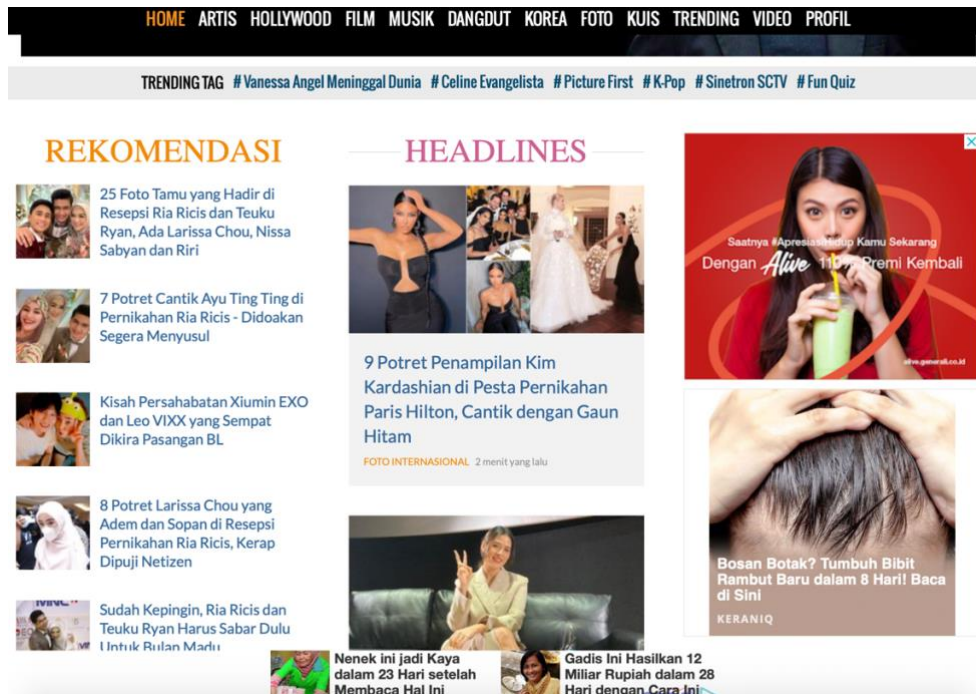


Sumber: *KapanLagi.com*

2.1.2 Data Umum Perusahaan

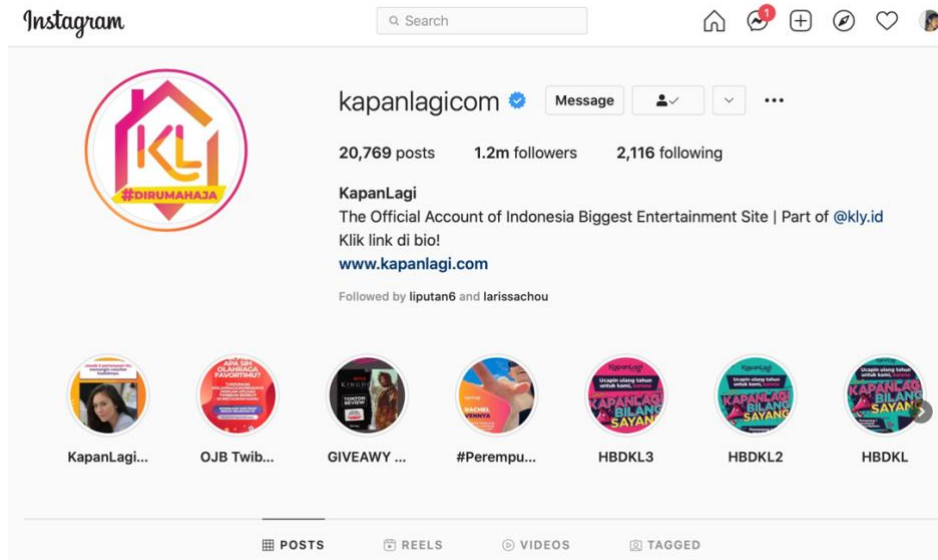
Nama Media	: <i>KapanLagi Youniverse</i>
Alamat	: Jl.RP Soeroso No.18 Menteng, Jakarta Pusat
Email	: kapanlagi@kly.id
Website	: Kapanlagi.com
Media Sosial	: <i>Instagram: Kapanlagicom</i> <i>Twitter: Kapanlagicom</i> <i>Facebook: Kapanlagi.com</i> <i>Youtube: KapanLagiDotCom</i> <i>TikTok: Kapanlagicom</i> <i>LinkedIn: KapanLagi Network</i>

Gambar 2.3 Website *KapanLagi.com*



Sumber: Dokumentasi Penulis (*KapanLagi.com*)

Gambar 2.4 Instagram *KapanLagi.com*



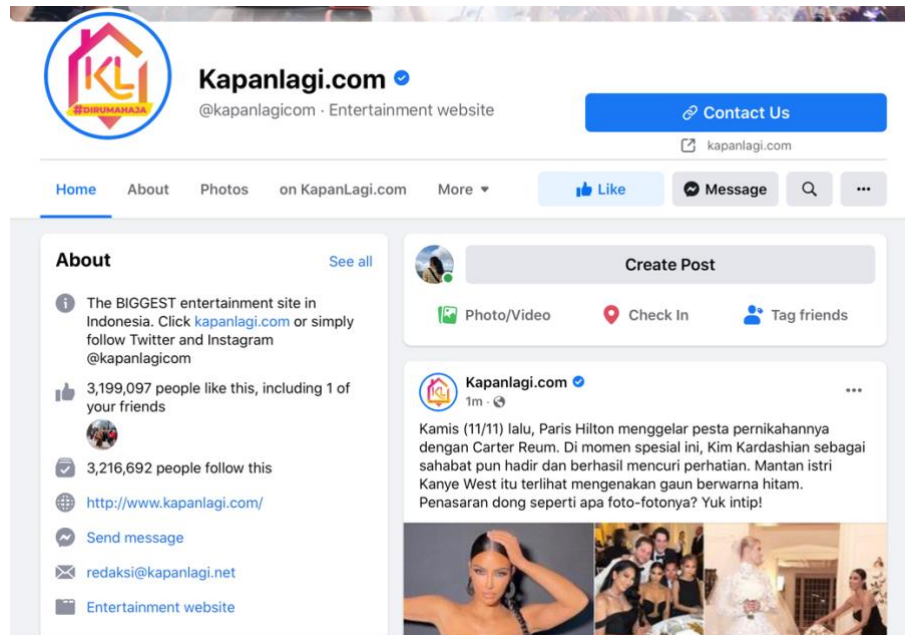
Sumber: Dokumentasi Penulis (Instagram.com/kapanlagicom)

Gambar 2.5 Twitter *KapanLagi.com*



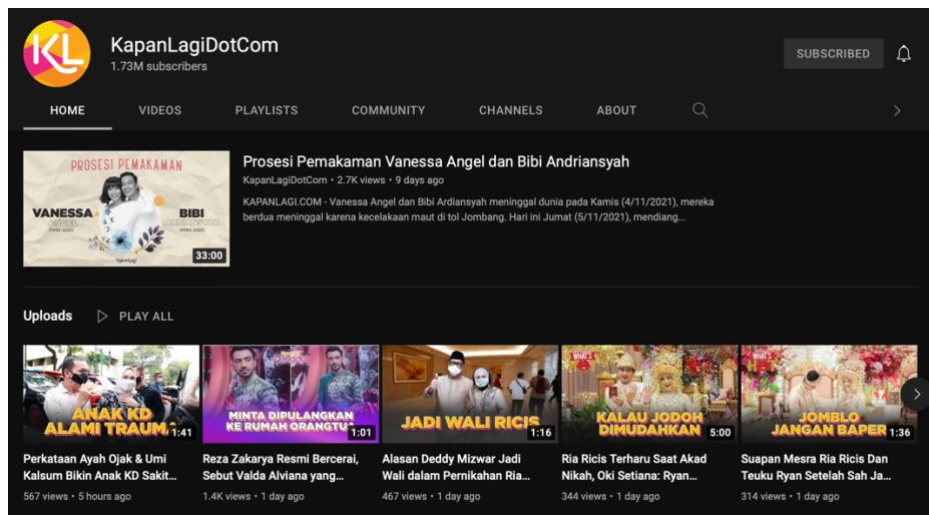
Sumber: Dokumentasi Penulis (Twitter.com/kapanlagicom)

Gambar 2.6 Facebook *KapanLagi.com*



Sumber: Dokumentasi Penulis (Facebook.com/Kapanlagi.com)

Gambar 2.7 YouTube *KapanLagi.com*



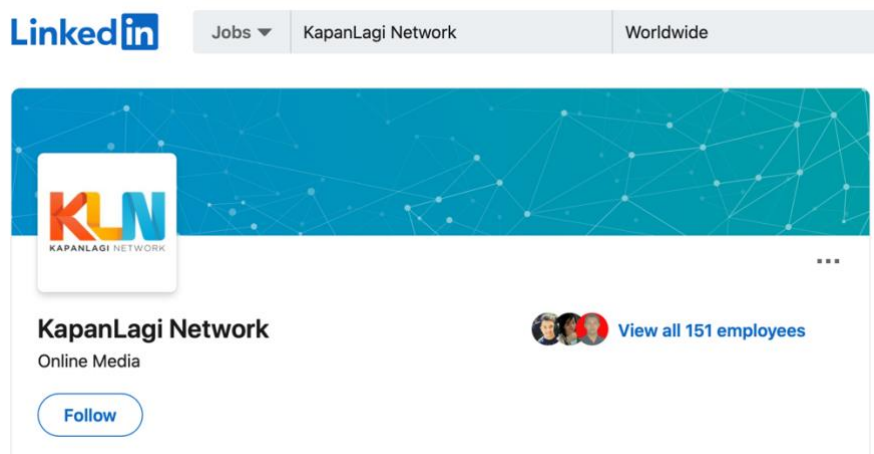
Sumber: Dokumentasi Penulis (YouTube.com/KapanLagiDotCom)

Gambar 2.8 TikTok *KapanLagi.com*



Sumber: Dokumentasi Penulis (TikTok.com/Kapanlagicom)

Gambar 2.9 LinkedIn *KapanLagi.com*



Sumber: Dokumentasi Penulis (Linkedin.com/Kapanlaginetwork)

2.1.3 Visi dan Misi *KapanLagi.com*

Visi dan misi *KapanLagi.com* merupakan menjadi salah satu portal hiburan nomor satu di Indonesia yang menyajikan informasi selebritis yang lengkap dan bertanggung jawab, serta menjadi barometer informasi terlengkap selebritis Indonesia dan Mancanegara (*KapanLagi.com*, 2021).

2.1.4 Filosofi Slogan dan Logo *KapanLagi.com*

KapanLagi.com memiliki slogan “Kalau Bukan Sekarang, KapanLagi?”. Slogan ini menjadi sebuah cerminan untuk menyajikan informasi yang *up to date* setiap saat dan setiap waktu. Menurut *KapanLagi.com*, pada prinsipnya sesuatu yang bisa didapat saat itu juga, tidak harus ditunda lain waktu. (*KapanLagi.com*, 2021).

Gambar 2.10 Logo *KapanLagi.com*



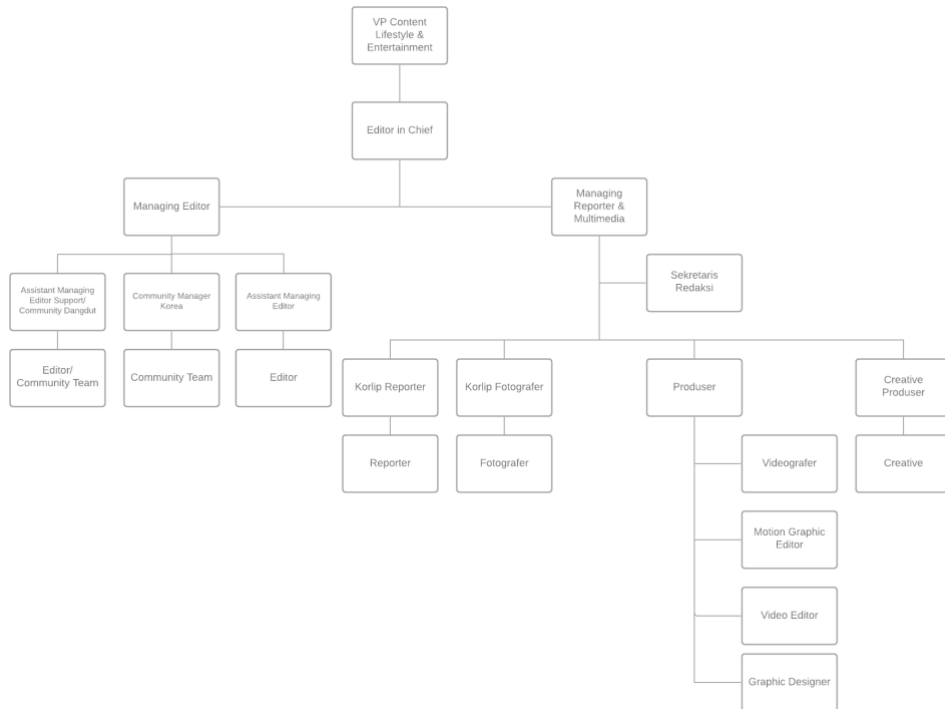
Sumber: *KapanLagi.com*

Perpaduan warna kuning dan oranye pada logo *KapanLagi.com* mengandung unsur ceria, determinasi, aktif, penuh semangat, dan sukses. Dalam arti lain, *KapanLagi.com* mengharapkan keceriaan, semangat, dan kesuksesan selalu menyertai perjalanan menjadi portal papan atas di Indonesia, dan bisa menjadi suatu kebanggaan sendiri bagi semua pembacanya (*KapanLagi.com*, 2021).

2.1.5 Struktur Organisasi *KapanLagi.com*

Berdasarkan informasi yang didapatkan dari *managing reporter and multimedia KapanLagi.com*, berikut merupakan bagan gambaran umum terkait koordinasi dalam proses jalannya media *KapanLagi.com*.

Tabel 2.1 Struktur Organisasi KapanLagi.com



Sumber: Olahan Penulis (2021)

Tabel 2.2 Struktur Redaksi KapanLagi.com

Posisi	Nama Karyawan
VP Content	Rita Sugihardiyah
Pemimpin Redaksi	Mahardi Eka
Managing Editor	Guntur Merdekawan
	Nanang Fahrudin
Editor	Wulan Novarina
	Rahmi Akbar
	Soraya
	Sanjaya Ferryanto
	Tyssa Madelina
	Gogor Subiyakto
	Dhimas Wahyu
	Nugraha
	Tantri Dwi Rahmawati
Renisy Satya	

	Luthfia Miranda
	Louvina Gita Shoya
	Canda Dian Pemana
	Gilang Kurniawan
	Umar Syariffudien
Community Team	Mita Anandayu
	Ayu Srikhandi PSA
Head of Reporter	Muchamad Ustman Mujaddid
Reporter	Adi Abbas Nugroho
	Fikri Alfi Rosyadi
	Dadan Adi Permana
	Matias Purwanto
	Nuzulur Rakhmah
	Sahal Fadhli
	Irfan
Fotografer	Budy Santoso
	Bayu Herdianto
	Muhammad Akrom Sukarya
Creative Produser	Sangaji Bagus
Creative	Natanael Sepaya
	Andriani Tiara
	Fitrah Ardiyanti
	Mochamad Helmi Romadhon
Produser	Ade Irawan
Motion Graphic Editor	Risang Sidrajad
	Iqbal Febrian
Video Editor	Hera Herdiana
	Hikmah Wilda Amalia
	Ewrick Hardono
Graphic Designer	M. Iqbal N.
Sekretaris Redaksi	Maryam

Sumber: Olahan Penulis (2021)

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Dalam *KapanLagi.com*, divisi *creative* yang terdiri atas empat orang bertanggung jawab dalam menciptakan produk-produk jurnalistik yang memberi informasi *entertainment* terbaru, faktual, dan aktual dalam bentuk video, foto, dan tulisan. Terdapat beberapa jenis konten dalam media sosial *KapanLagi.com* antara lain, *Movie Talk* membahas film yang baru rilis dengan narasumber yang terkait atau berperan dalam film tersebut, *KapanLagi Kepo* di mana *host* menanyakan pertanyaan-pertanyaan singkat yang mengulik lebih dalam mengenai fakta unik narasumber, berita *timeless*, *What the Food* yang membahas makanan, minuman, atau restoran tertentu milik kalangan selebriti, *Music Talk* membahas mengenai musik yang baru rilis dengan musisi terkait, *KapanLagi challenge* di mana *host* mengadakan permainan seperti contohnya tebak trailer film dan tebak foto, *KapanLagi dangdut* khusus membahas berita apapun yang sedang terjadi seputar dunia dangdut, *What's HOT* membahas berita *breaking news* terbaru seputar selebriti, *KapanLagi Korea* khusus membahas berita terkait selebriti Korea, *QnA* di mana *host* akan menanyakan aktivitas terkini terkait selebritis yang diwawancara, dan *What's Trending* yang membahas berita-berita ramai dibicarakan selama seminggu.

Setiap minggu produser *creative* akan mengirimkan *timeline* atau jadwal wawancara untuk konten apa saja yang akan dilakukan seminggu ke depan melalui grup WhatsApp kemudian memberikan list nama anggota yang bertanggung jawab menjadi *host*. Masing-masing anggota divisi *creative* harus mengumpulkan kurang lebih 50 hingga 80 naskah reguler, 40 artikel video, dan empat infografis perbulannya. Naskah *What's trending* dibuat oleh satu anggota divisi *creative* per minggu, dua anggota divisi *creative* yang sudah ditetapkan sebagai *host* akan membawakan dua *KapanLagi on Air* setiap bulan, dan tiga anggota divisi *creative* melakukan dua hingga empat tematik syuting per bulan untuk segmen *What the Food* dan *KapanLagi Review*.

Anggota divisi *creative* dituntut untuk mampu membuat konten yang kreatif dan berbeda dengan media lain, menyusun pertanyaan unik dan menarik, melaksanakan wawancara dan mendapatkan informasi yang belum pernah tayang dalam media manapun agar dapat memenuhi nilai kebaruan dalam setiap berita yang tayang. Selain itu, pengetahuan terkini mengenai dunia hiburan sangat diperlukan, anggota divisi *creative* seringkali melakukan riset atau mencari tahu lebih lanjut terkait berita hangat yang sedang ramai dibicarakan. agar mampu menyuguhkan konten berita informasi yang diinginkan oleh audiens.