



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

Perusahaan yang penulis jadikan tempat belajar atau magang adalah perusahaan media sepak bola bagian dari grup Elang Mahkota Teknologi (EMTEK), *Bola.com*. Perusahaan media olahraga ini meluncurkan situsnya, www.bola.com, pertama kali pada 20 April 2015. Kantor dari *Bola.com* terletak di KapanLagi Youniverse Head Office, tepatnya pada daerah Cikini, Menteng, Jakarta Pusat. Tidak hanya situs, *Bola.com* juga menaikkan konten di platform daring lainnya, seperti Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, dan Vidio (*Bola.com*, 2015). Berikut data umum dari profil perusahaan *Bola.com*.

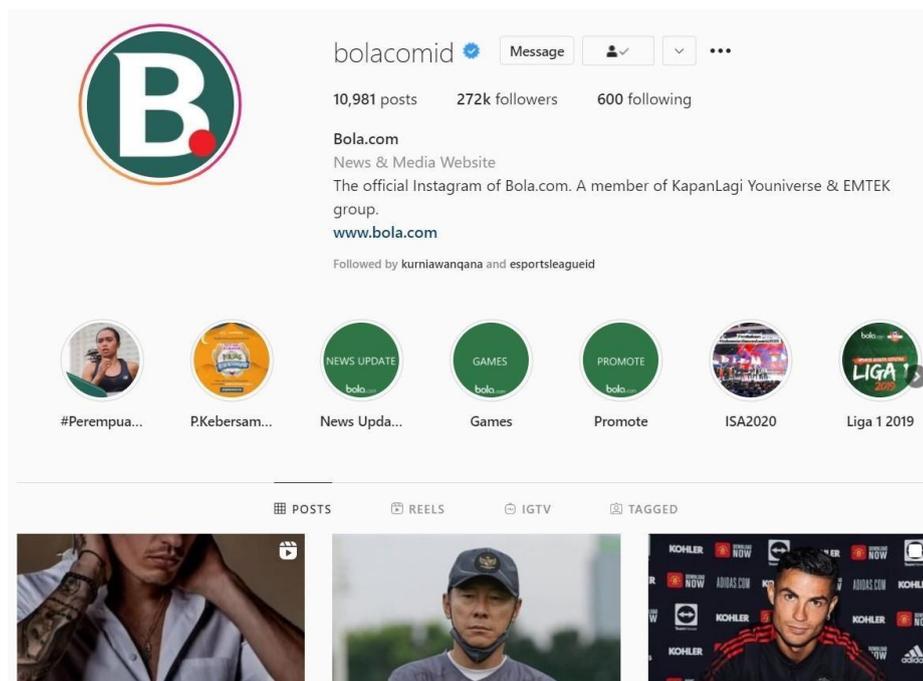
2.1.1 Data Umum *Bola.com*

Nama Perusahaan	: <i>Bola.com</i>
Alamat	: KLY HO Jl, RP Soeroso No.18, Cikini, Menteng, Jakarta Pusat
Nomor Telepon	: (021) 31904555
Nomor Fax	: (021) 31904777
Email	: redaksi.bolacom@kly.id
Website	: www.bola.com
Media Sosial	:
1. Instagram	: Bolacomid
2. Facebook	: Bolacomid
3. Twitter	: BolacomID
4. Youtube	: BolacomID
5. Vidio	: Bola.com

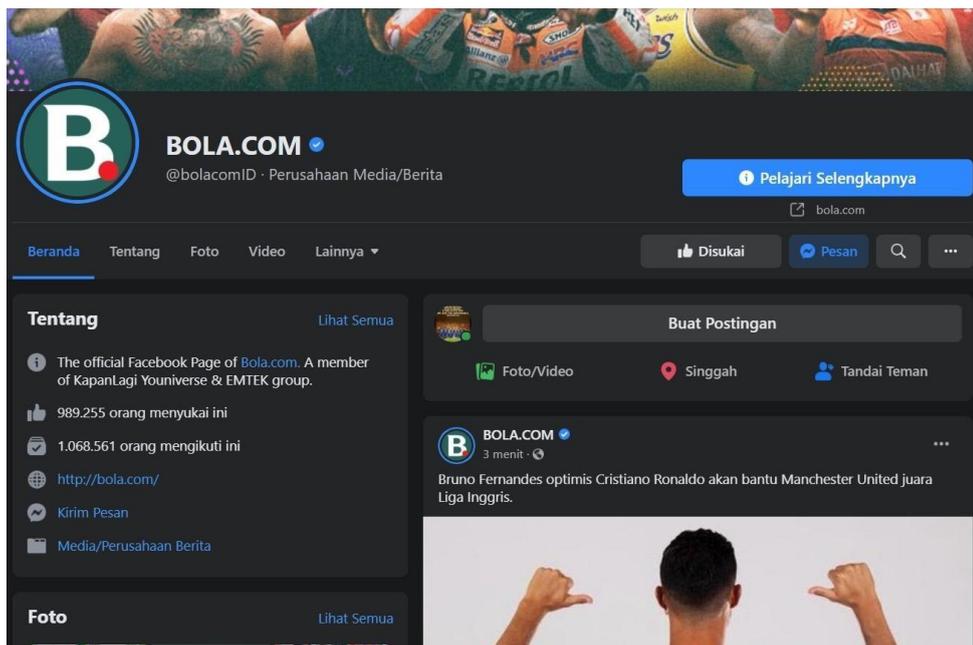
6. Tiktok : Bolacom



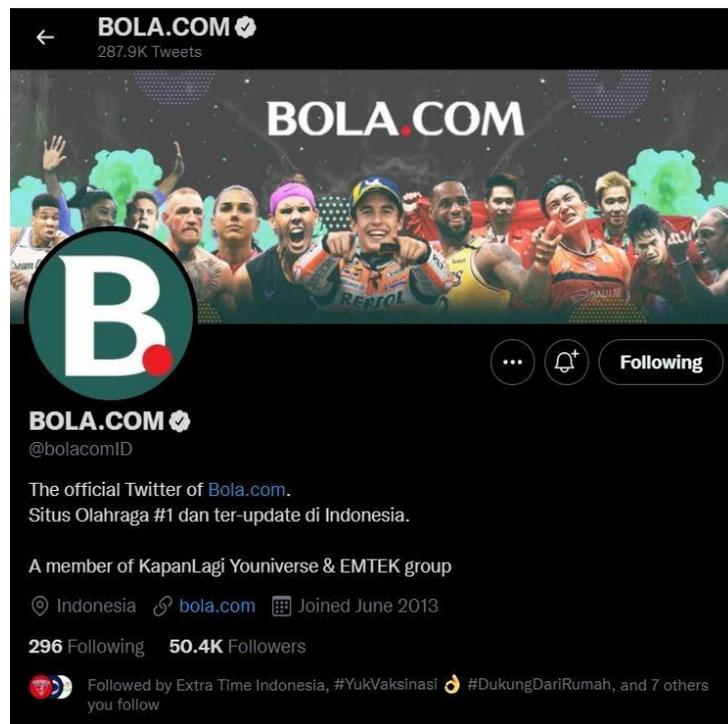
Gambar 2.1 Tampilan Situs *Bola.com*
Sumber: Tangkapan layar penulis



Gambar 2.2 Tampilan Instagram *Bola.com*
Sumber: Tangkapan layar penulis



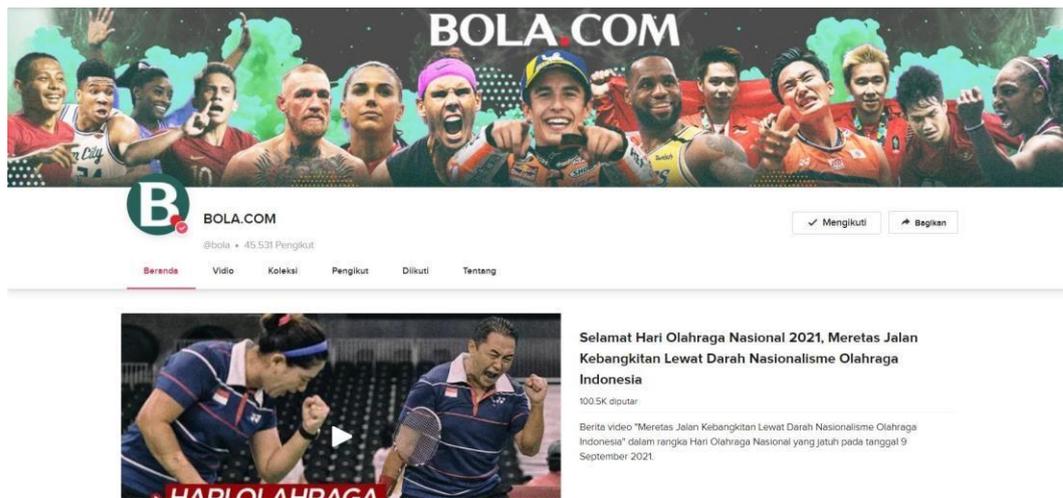
Gambar 2.3 Tampilan Facebook *Bola.com*
Sumber: Tangkapan layar penulis



Gambar 2.4 Tampilan Twitter *Bola.com*
Sumber: Tangkapan layar penulis



Gambar 2.5 Tampilan YouTube *Bola.com*
Sumber: Tangkapan layar penulis



Gambar 2.6 Tampilan Vidio *Bola.com*
Sumber: Tangkapan layar penulis

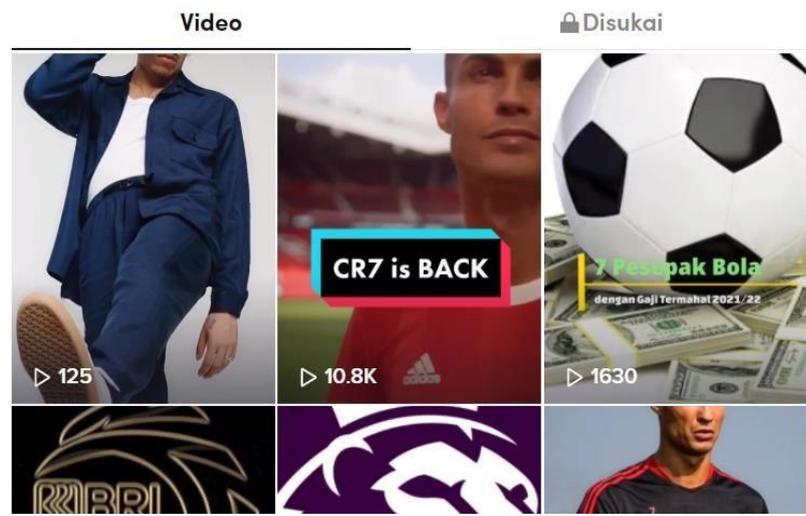
bolacom ✓
bolacom

Pesan

11 Mengikuti 2.2M Pengikut 11.4M Suka

Situs Web Berita dan Media
The Official TikTok of Bolacom. A member of EMTEK

bola.com



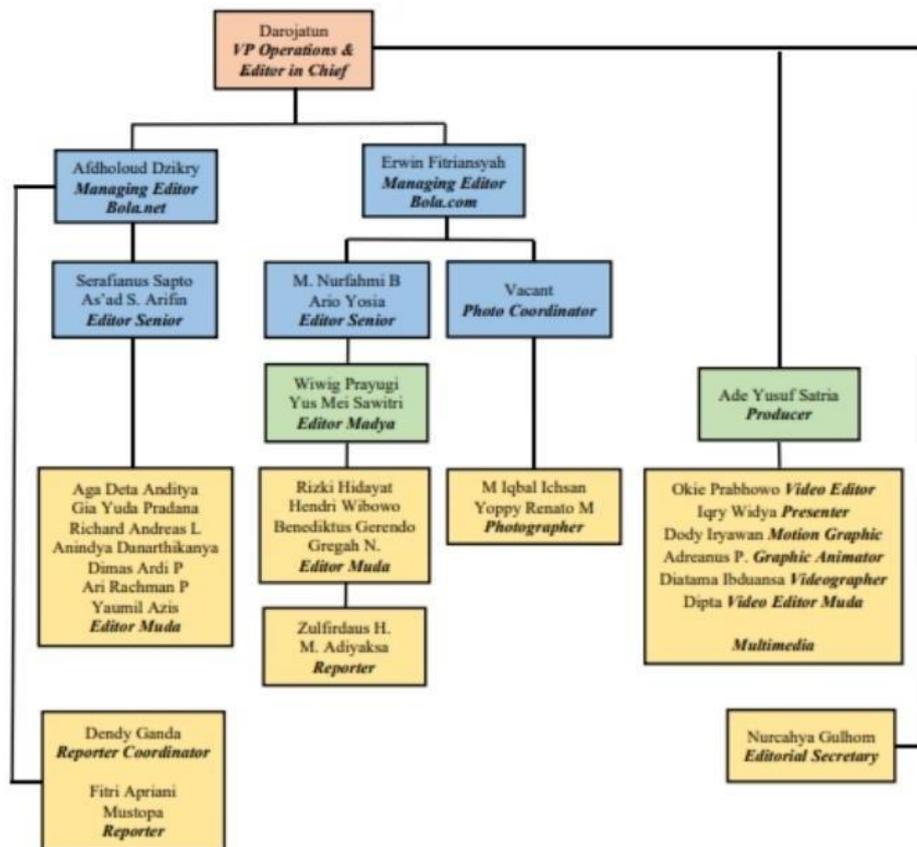
Gambar 2.7 Tampilan TikTok *Bola.com*
Sumber: Tangkapan layar penulis



Gambar 2.8 Logo Awal *Bola.com*
Sumber: Dokumen Produser



Gambar 2.9 Logo Baru *Bola.com*
 Sumber: Dokumen Produser



Gambar 2.10 Bagan Struktur Organisasi *Bola.com*
 Sumber: Dokumen Produser

2.1.2 Sejarah *Bola.com*

Bola.com adalah situs berita yang berdiri di bawah naungan KapanLagiYouniverse dan EMTEK Group. Situs berita ini menyediakan kabar seputar dunia olahraga, khususnya sepak bola. *Bola.com* resmi diluncurkan pada 28 April 2015 di SCTV Tower, Senayan City, Jakarta. Dihitung secara *traffic rank of site*, *Bola.com* menempati peringkat ke-76 di

Indonesia dan peringkat ke-1 dalam kategori olahraga di Indonesia (SimilarWeb, 2021).

Pemilihan logo dari *bola.com* awalnya dijadikan menjadi sebuah perlombaan di *Seribu.com*. Total lebih dari 500 karya desain logo dan diseleksi menjadi tiga terbaik oleh Pemred dan *board of director* (Kreatif Media Karya) KMK Online. Namun, dari ketiga karya yang dipilih, tidak ada satu karya atau logo yang diambil karena berbagai pertimbangan pada segi desain dan filosofi. Pada akhirnya *owner KMK online* yang memutuskan untuk membuat logonya sendiri untuk *Bola.com*. Logo awal ini memiliki huruf b yang membentuk seperti sebuah peluit. Peluit ini bermakna netral dan digunakan di berbagai olahraga.

Pada Maret 2018, *Bola.com merger* sekaligus mengubah tampilan logonya menggunakan huruf kapital yang dimaknai sebagai kehadiran media *Bola.com* yang lebih dinamis. Filosofi tanda titik merah adalah sebagai penanda posisi penting dalam sebuah lokasi. Maka, *Bola.com* diharapkan menjadi perusahaan media yang mampu menandai berbagai peristiwa penting dalam dunia olahraga.

2.1.3 Visi Misi *Bola.com*

a. Visi

Memastikan Tim Nasional Indonesia dibangun dengan benar dan dapat lolos ke Piala Dunia.

b. Misi

Memproduksi konten dalam bentuk teks, foto, dan video yang mendukung tercapainya visi.

c. Moto

Moto awal dari *Bola.com* adalah *Creating Human and Friendly Sports Content* yang merujuk pada idealisme dalam membuat konten berita. Namun, saat ini moto *Bola.com* telah diperbaharui menjadi *Spirit of Inspiring* yang merujuk pada kepuasan pengguna atau khalayaknya.

2.1.4 Kanal *Bola.com*

Tabel 2.1 Daftar Kanal *Bola.com*

Kanal	Keterangan
<i>Home</i>	Kanal untuk menampilkan halaman utama situs <i>Bola.com</i> . Halaman utama berisi berita headline atau berita terbaru yang dirilis <i>Bola.com</i> .
BRI Liga 1	Kanal yang menyediakan informasi terkait dengan kompetisi Liga 1 Indonesia.
Indonesia	Kanal yang berisi pemberitaan tentang sepak bola Indonesia mulai dari klub, pemain, hingga kompetisi domestik.
Inggris	Kanal yang menyediakan informasi terkait dengan English Premiere League dan liga Inggris lainnya.
Dunia	Kanal ini menyediakan informasi terkait dengan sepak bola di negara-negara lain. Diantaranya informasi terbaru dari Serie A (Italia), Bundesliga (Jerman), Ligue 1 (Perancis), Champions Laegue, dan Europa League.
Spanyol	Kanal yang menampilkan berita tentang klub, pemain, dan kejuaraan yang sedang berlangsung di Spanyol.
MotoGP	Kanal yang berisi tentang pemberitaan dan perkembangan dari kejuaraan olahraga MotoGP.
E-sports	Kanal yang berisi tentang berita seputar E-sports, baik kompetisi maupun peristiwa lainnya.
Ragam	Kanal ini menyediakan informasi dari olahraga lain. Mulai dari bulutangkis, tenis, tinju, voli, balapan, dsb.
Video	Kanal yang memuat konten berita multimedia seperti video, motion graphic, infografis, dan lain-lain.
Foto	Kanal yang berisi berita dengan format galeri foto terkait dunia sepak bola.

Sumber: Olahan Penulis, 2021

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Divisi multimedia merupakan divisi yang memproduksi konten berita dalam format audio-visual. Divisi ini membuat konten yang berkaitan dengan sepak bola dan olahraga lainnya dengan persentase 70% konten berita dan 30% nonberita. Dalam menyajikan konten berita, divisi multimedia membahas 16 peristiwa terkini yang dikemas dalam video singkat dengan narasi berita yang padat dan jelas. Selain

itu, konten berita juga dapat berupa cuplikan *press conference* dari official klub sepak bola yang diberi *subtitle* dan penjelasan singkat oleh tim multimedia. Sementara itu, dalam menyajikan konten nonberita, tim multimedia *Bola.com* memiliki berbagai rubrik yang membahas olahraga dari perspektif dan cara yang berbeda-beda. Beberapa contoh rubrik yang diproduksi oleh tim multimedia *Bola.com* adalah *Spotlight*, *Sportbite*, Lebih Dekat, Prediksi Bola, dan lain lain.

Seluruh konten multimedia yang diproduksi tentu saja bertujuan untuk membantu mendongkrak *page views* dan *plays video* dari laman *Bola.com*. Maka dari itu, konten yang telah dibuat kemudian juga disebarluaskan melalui media sosial *Bola.com*. Tim multimedia juga selalu memperhatikan *tag Search Engine Optimization* (SEO) dalam penulisan judul konten sehingga video dapat lebih mudah ditemukan oleh pembaca melalui *search engine* Google. *Video plays* dari tiap-tiap video dihubungkan dari laman *Bola.com* dan *Bola.net* ke *vidio.com* karena berada dalam naungan yang sama, EMTEK Grup.

Divisi multimedia dikepalai oleh produser yang bertanggung jawab atas seluruh konten multimedia yang diproduksi. Di bawah produser terdapat beberapa posisi lain yang memiliki porsi tugasnya masing-masing. Editor bertugas untuk menyunting materi audio visual menjadi satu keutuhan konten yang siap ditayangkan. Presenter bertugas untuk menyiapkan dan memproduksi konten. *Videographer* bertanggung jawab dalam mengambil *shot* video ketika produksi. *Motion graphic designer* bertugas untuk mengolah konten berupa grafis, dan *graphic animator* bertanggung jawab dalam membuat grafis statis untuk *cover* atau poster artikel.

Seluruh tim saling bekerja sama untuk memproduksi konten yang berkualitas setiap harinya. Dalam satu bulan, divisi multimedia memproduksi konten sebanyak 280-300 video. Divisi multimedia juga melakukan rapat redaksi sebanyak dua kali dalam satu minggu bersama dengan pemimpin redaksi. Rapat redaksi difungsikan sebagai sarana untuk berdiskusi tentang produksi konten dan evaluasi pada video yang telah dipublikasikan. Seluruh evaluasi berguna sebagai bekal pembelajaran agar dapat menghasilkan konten yang lebih berkualitas.